Gobernación de
RISARALDA
Sentimiento de Todos

ALCALDÍA DE
SANTA ROSA DE CABAL

CÁMARA DE COMERCIO
SANTA ROSA DE CABAL

CLÚSTER DE TURISMO
ALTERNATIVO Y DE BIENESTAR
SANTA ROSA DE CABAL

Empaquetamiento y costeo

Del producto al paquete / del paquete al catálogo digital con tarifario

Por: César Angel
@cesarangeltrips

CLÚSTER DE TURISMO
ALTERNATIVO Y DE BIENESTAR
SANTA ROSA DE CABAL



CÉSAR ANGEL

REGENERATIVE NATURE TOURISM PRODUCT DESIGN CONSULTANT

Viajero, naturalista, empresario (CEO – Nature Trips Colombia) conferencista y consultor en turismo, fotógrafo buscando la foto de su vida. Mi pasión, Colombia, su diversidad natural, cultural y humana

@cesarangeltrips

CLÚSTER DE TURISMO
ALTERNATIVO Y DE BIENESTAR
SANTA ROSA DE CABAL

CONTENIDO

1. Del producto al paquete
2. ROLES – RESPONSABILIDAES - BENEFICIOS
3. Taller 1. Identificando la demanda. (Herramienta. Ficha minuto a minuto)
4. Taller 2. Atractivos y actividades del destino
5. Taller 3. Planta turística. Los servicios por incluir en el paquete.
6. Taller 4. Diseño del paquete turístico
7. Costeo de paquetes
8. Herramientas para facilitar el costeo del paquete

CLÚSTER DE TURISMO
ALTERNATIVO Y DE BIENESTAR
SANTA ROSA DE CABAL

Del producto al paquete

Diseño de paquetes turísticos

Objetivos

1. Identificar y explicar el marco conceptual básico con énfasis en demanda, oferta, producto y paquete turístico.
2. Diferenciar, enumerar y describir los diversos tipos y modalidades de servicios, atractivos y facilidades requeridas para el aprovechamiento turístico en función de productos y paquetes turísticos.
3. Aplicar dichos conceptos en los procesos de diagnóstico, diseño, costeo y operación de los mismos.

ROLES – RESPONSABILIDADES BENEFICIOS

Un ejercicio transversal, el cual da continuidad al trabajo realizado con Matías, permite abordar su idea de producto, proponerlo como paquete, costearlo y llevarlo al mercado

Fase de implicación

1. Identifiquemos los atractivos que trabajaron con Matías
2. Nos presentamos y organizamos según la actividad que desempeñan en la cadena de valor del turismo (ROL Y RESPONSABILIDAES)
3. Reconocemos los BENEFICIOS que recibe al asumir ROLES y RESPONSABILIDADES.
4. Organización en grupos.



Atractivo turístico



Es todo lugar, objeto o acontecimiento, capaz de generar un desplazamiento turístico . Es decir, es tanta la belleza o importancia de ese atractivo, que personas que viven en otros lugares (turistas) viajan para disfrutarlo

Montenegro, Quindío.


NATURALES




COLOMBIA


CULTURALES

Servicio turístico



Toda actividad realizada por una persona física o moral, pública o privada, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico








AQUA NERA



Llegar





Estar

Vivir

PRODUCTO TURÍSTICO

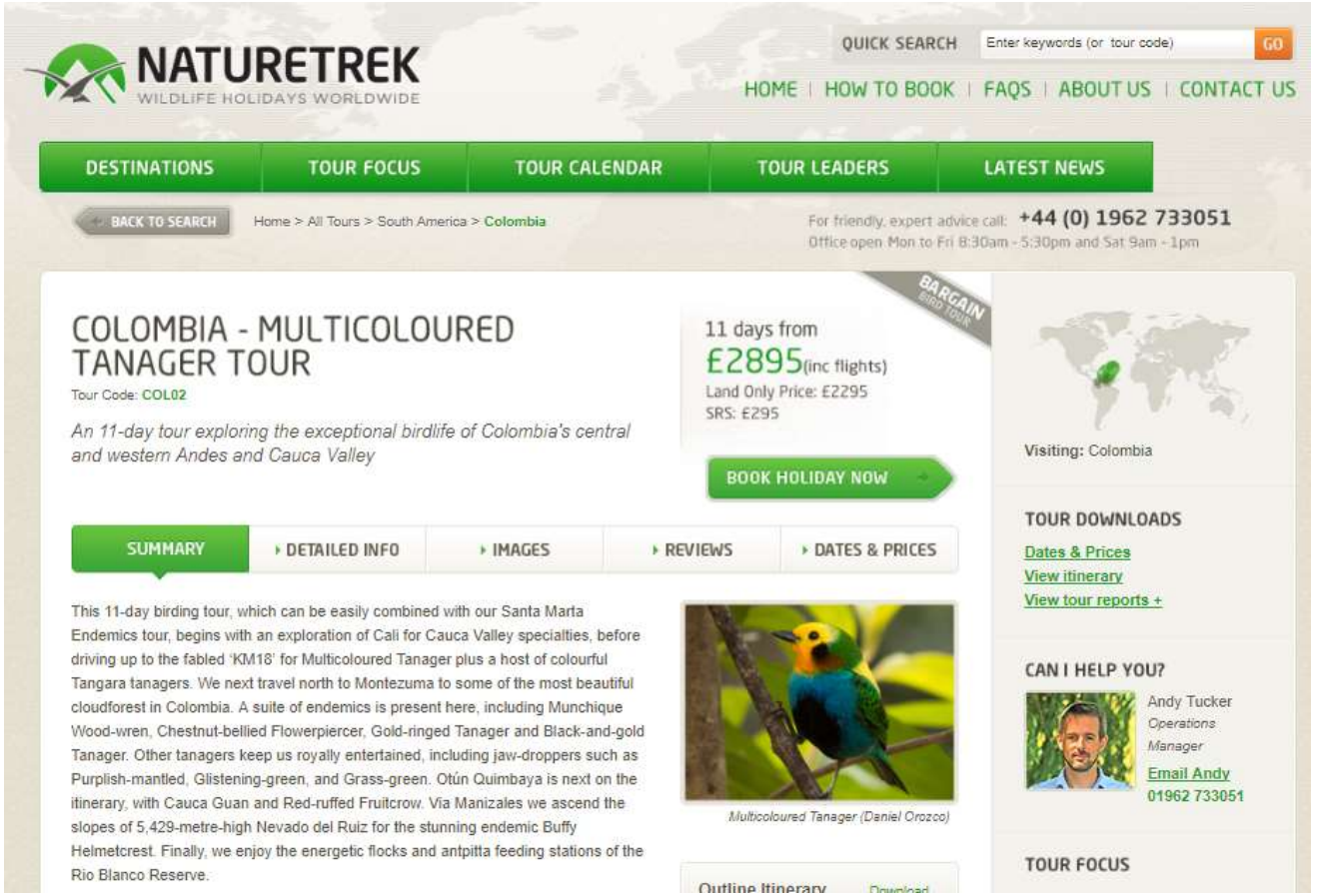
“Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluye: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actitudes recreativas, imágenes y valores simbólicos. Ofrece unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores pues satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre”. Secretaría de Turismo de México.



PAQUETE TURÍSTICO

Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, alimentación, guianza, visitas a sitios de interés, actividades de diversión); pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y que es adquirido por el consumidor en una sola transacción.

OFRECE VENTAJAS (BENEFICIOS) Y DESVENTAJAS (RIESGOS) PARA EL CLIENTE Y PARA EL PRODUCTOR / ENSAMBLADOR









ATRACTIVOS

SERVICIOS TURÍSTICOS

INFRAESTRUCTURA / EQUIPAMIENTO PÚBLICO

- **Naturales**
- **Culturales**
- **Gastronomía**
- **Etc.**

- **LLEGAR (Transporte)**
- **ESTAR (Alojamiento, alimentación)**
- **VIVIR (Operadores de experiencias, compras, ocio, etc.)**

- **Aeropuertos**
- **Vías de transporte**
- **Hospitales**
- **Iluminación y limpieza**
- **Etc.**

=

MERCADO

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PLAN DE NEGOCIO

PRODUCTO TURÍSTICO

Fuente fotografía: Elaboración propia



EL PRODUCTO TURÍSTICO

Tres productos que rompen la estacionalidad

1. **Cultura y folclor**
   a) Música. Vallenato y folclor (Gran potencial de la música vallenata compartida en otros destinos –Multidestino gran caribe colombiano / vivir el vallenato todo el año)
   b) Pueblos indígenas. Senderismo, turismo regenerativo de naturaleza. Ancestralidad. Sanación – wellness.
2. **Naturaleza**
   a) Agroturismo. Experiencias de café
   b) Finca agro pedagógica / turismo científico.
   c) Observación de aves (Ruta de avistamiento de aves del Caribe norte)
3. **Eventos**
   a) Bodas de destino con el vallenato como temática central.

Basado en resultados del taller con Matías Escudero
20-09-2023

Diseño, Desarrollo de producto turístico y su empaquetamiento con enfoque de mercado

1. ¿Por qué es importante el diseño, desarrollo de productos Turísticos y su empaquetamiento?

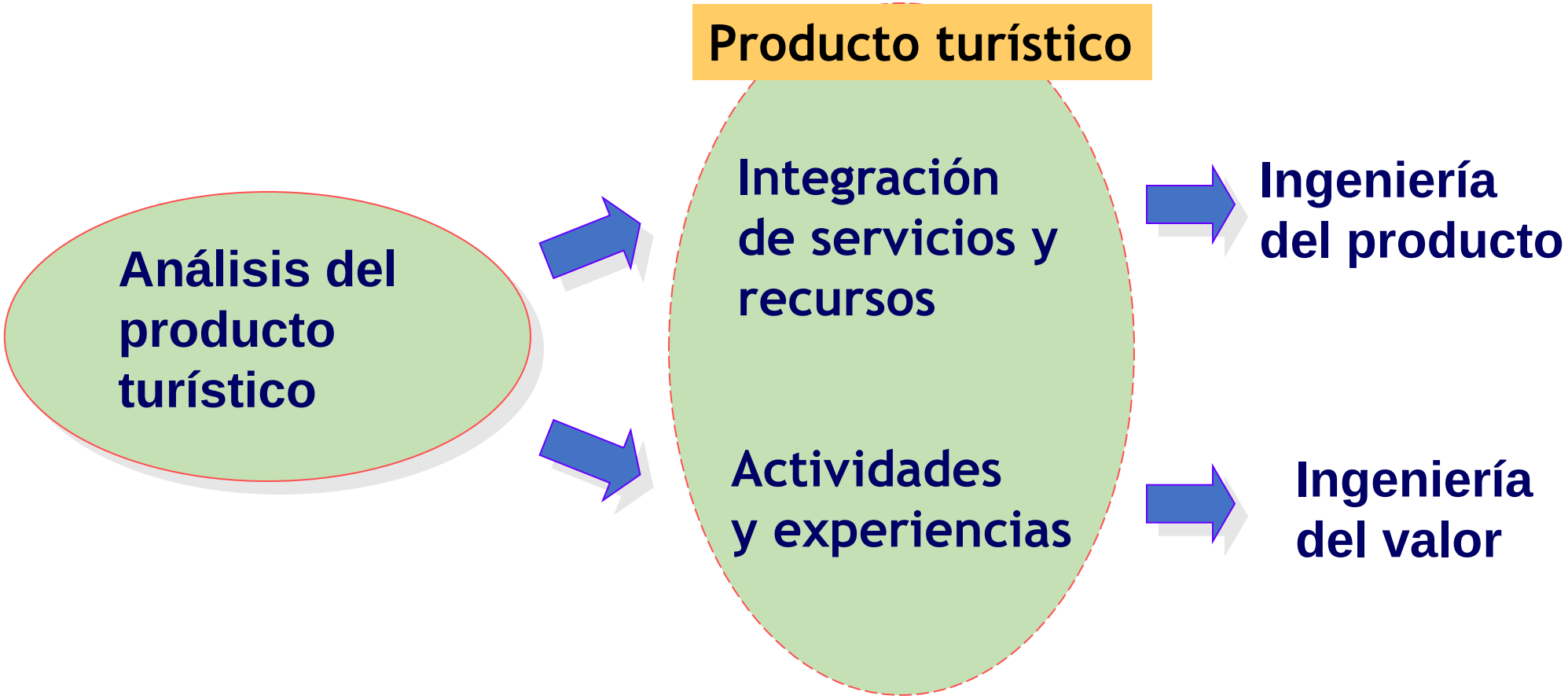
- Para evitar el declive de los destinos
- Para revitalizar o fortalecer la posición competitiva del destino y de sus empresas
- Para integrar componentes dispersos
- Para lograr los objetivos de desarrollo de su empresa
- Para responder a las tendencias y exigencias de los mercados

Para evitar el declive de los destinos
Evolución del mercado turístico

Ante cada necesidad distinta puede surgir un negocio distinto;
en el turismo no hay un negocio, hay muchos negocios.

NEGOCIO	NECESIDAD	BUSCA...
1	FISIOLOGICO	DESCANSO, TRANQUILIDAD, RECUPERACION
2	SEGURIDAD	PROTECCION, ESTAR SEGURO
3	SALUD	RECUPERACION DE LA SALUD
4	SOCIALIZACION	SENTIRSE MIEMBRO DEL GRUPO
5	DIVERSION	GOZAR, DAR RIENDA SUELTA A LOS SENTIDOS
6	ESTIMA	SATISFACCION A LAS NECESIDADES DE AFECTO
7	DESCUBRIMIENTO	DESCUBRIR ALGO NUEVO, APRENDER, EXPLORAR
8	AUTORREALIZ.	LOGROS
9	EDUCACION	APRENDER
10	ESTETICA	CONTACTO CON LA BELLEZA, PLACER ESTETICO

Para integrar componentes dispersos



Para integrar componentes dispersos

Producto turístico es . . .

UN SISTEMA DE COMPONENTES ENSAMBLADOS, CAPACES DE HACER VIAJAR A LA GENTE PARA REALIZAR ACTIVIDADES, QUE SATISFACEN SUS NECESIDADES, OTORGANDOLES BENEFICIOS Y SATISFACCIÓN DE MANERA INTEGRAL.

Ingeniería de valor en el diseño de producto turístico

Satisfaciendo a los clientes

$$\frac{\text{VALOR}}{\text{ESFUERZO}} = \frac{\text{Lo que les entregamos}}{\text{Lo que dan a cambio}} \geq 1$$

Ingeniería de valor en el diseño de producto turístico

Valor por esfuerzo

•Cantidad de servicios
•Calidad de servicio

•Ambiente / atmósfera
•Vivencias /relaciones

$$\frac{\text{Valor}}{\text{Esfuerzo}} = \frac{\text{Servicios} \times \text{Experiencias y sensaciones}}{\text{Precio y otros costos} \times \text{Esfuerzos}}$$

•Importe
•Costo de acceso

•Incomodidades
•Inseguridades

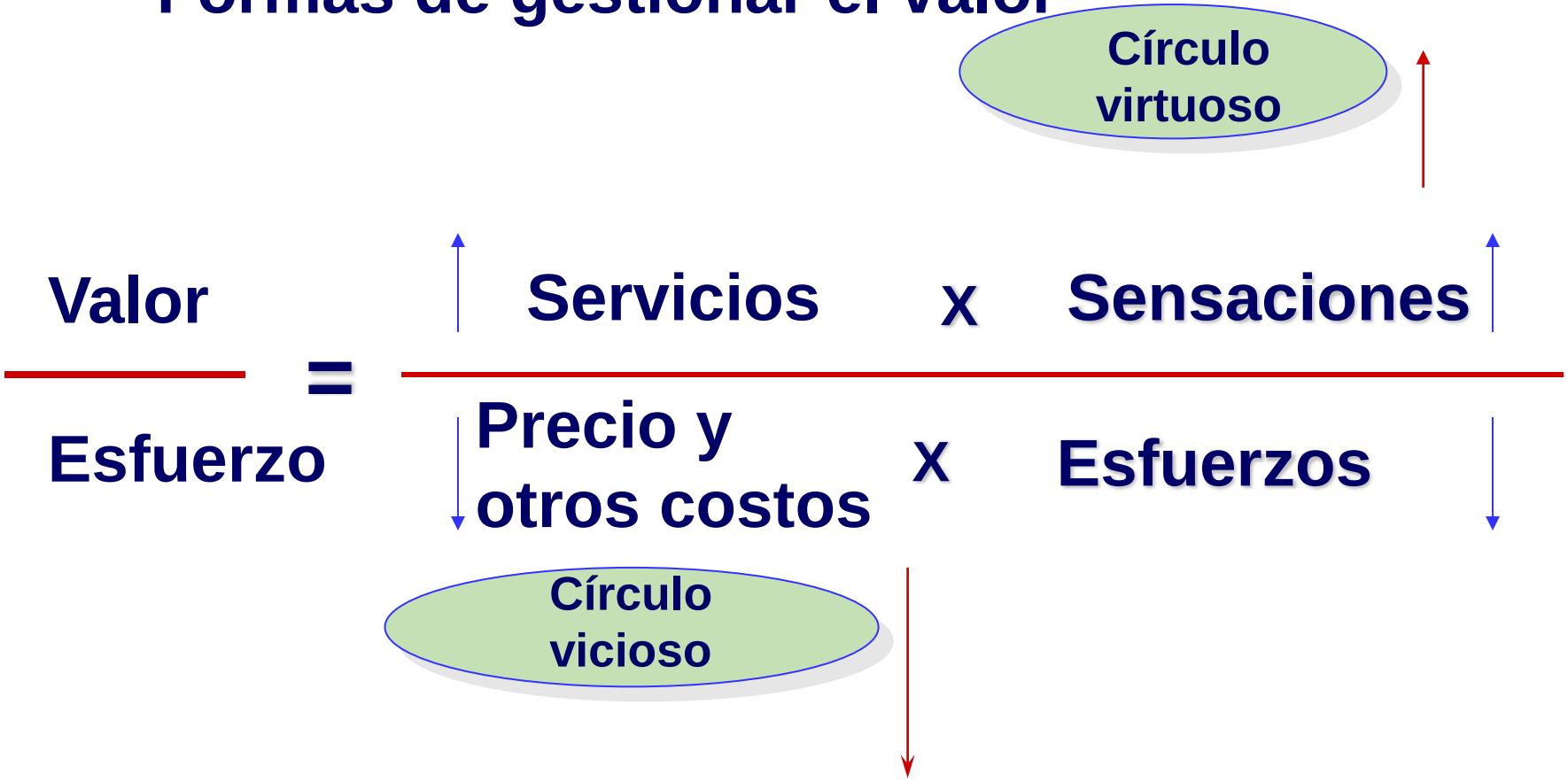
Ingeniería de valor en el diseño de producto turístico

¿Cómo nos evalúa el cliente?

	Inteligencia lógica/racional		Inteligencia emocional
	Lo tangible		Lo intangible
Valor	Servicios	X	Experiencias y sensaciones
=			
Esfuerzo	Precio y otros costos	X	Esfuerzos

Ingeniería de valor en el diseño de producto turístico

Formas de gestionar el valor



Para lograr los objetivos de desarrollo

- Crear oportunidades de empleo
- Estimular la creación de pequeñas empresas
- Conservación y valoración de la cultura local
- Atraer inversión extranjera
- Creación de nuevas actividades turístico - recreativas que también beneficien a la población local
- Creación de nuevos mercados para los productos y servicios locales
- Promover usos alternativos del suelo
- Incrementar los ingresos fiscales

Desarrollo de productos comerciales

El desarrollo de productos comerciales está basado en la oferta existente de atractivos, equipamientos y servicios, que pueden ser . . .

- Agrupados y presentados de una forma que pueda ser percibida como algo nuevo o atractivo para segmentos específicos del mercado.
- Complementados con nuevas atracciones, equipamientos, actividades, eventos y/o servicios dirigidos a mercados / segmentos específicos.

PRODUCTO TURÍSTICO

"Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para la atención, adquisición, uso o consumo y que satisface un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas". *Philip Kotler*

"Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluye: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actitudes recreativas, imágenes y valores simbólicos. Ofrece unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores pues satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre". *Secretaría de Turismo de México.*

PRODUCTO TURÍSTICO

- Es un conjunto de servicios turísticos elaborados y comercializados en paquete, en forma completa o unitaria
- **Componentes.-** (materia prima)

Recursos: Naturales, culturales, eventuales e infraestructurales

Facilidades: se clasifican por orden de necesidad en: transporte, alojamiento, alimentación y recreación

- **Proceso de Elaboración del Producto Turístico.-** se lo realiza en el departamento de programación de tours, usando la materia prima para obtener el producto que en este caso son los paquetes turísticos

CONCEPTO DE PAQUETE TURÍSTICO

Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, alimentación, guianza, visitas a sitios de interés, actividades de diversión); pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y que es adquirido por el consumidor en una sola transacción.

OFRECE VENTAJAS (BENEFICIOS) Y DESVENTAJAS (RIESGOS) PARA EL CLIENTE Y PARA EL PRODUCTOR / ENSAMBLADOR

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO Y PAQUETE TURÍSTICO

PRODUCTO

Conjunto de componentes tangibles e intangibles que ofrece unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores hacia un territorio o destino.

PAQUETE / PLAN

Combinación de servicios que generalmente se compran por separado pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y es adquirido en una sola transacción: transporte, alojamiento, comidas, bebidas, diversión, otros.

DESTINO TURÍSTICO

Conjunción de espacio geográfico, imagen o marca que lo identifica y oferta calificada: infraestructura, planta, atractivos, organizaciones. Un destino turístico puede ofrecer diferentes productos.





ALGUNAS VISIONES DE TERRITORIO

Homogéneo

Polarizado

Región plan





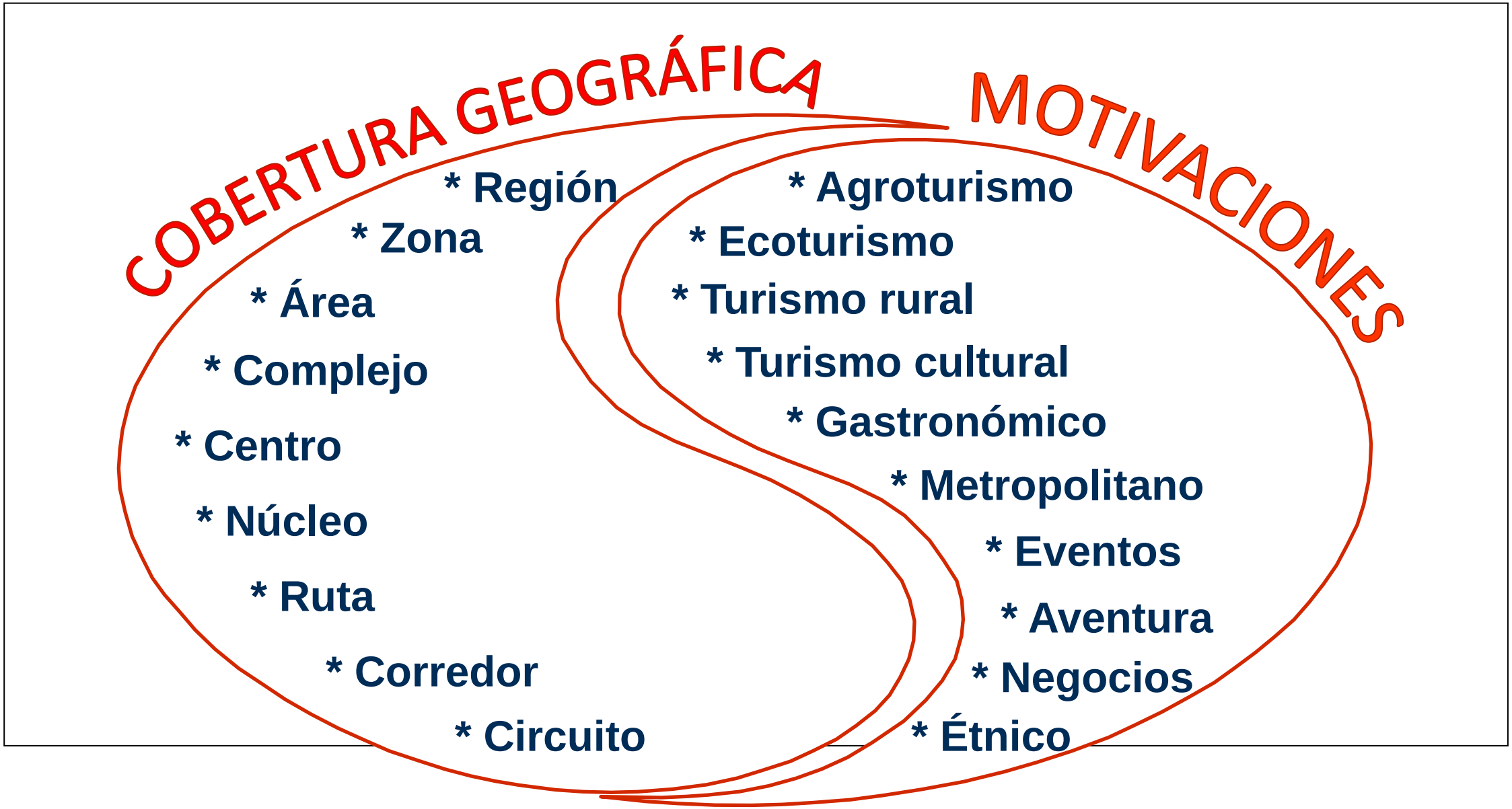
TIPOS Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Modalidad o finalidad del producto en función de la unidad de análisis y de la demanda.

En función del tipo de destino:

DESTINO PRIMARIO	**El que se constituye en el motivo principal del viaje.**
DESTINO SECUNDARIO	**El (los) que complementa(n) el destino primario.**

ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO



LA TIERRA DEL

Zocay

Con rostros de paz

Territorios de OPORTUNIDAD

Corporación Biocomercio Sostenible



LA TIERRA DEL

Zocay

Con rostros de paz

LA TIERRA DEL ZOCAY

Vista Hermosa - Meta






Finca Piel Roja
VISTA HERMOSA
Ruta Zocay
Finca El Triunfo
Sardinata
Mirador
cascada Sardinata
Maracaibo
Caño Unión
Finca La Luna
Área de Manejo especial de
La Macarena AMEM
Sierra La Macarena
Finca La Corcovada
Finca Guacamayas
Bosque de Yarumos
Puente de
Las Heliconias
Río Güej

Experiencia 1

Buscando el zocay
Al encuentro de primates y aves.



Experiencia 2

Senderos en la tierra del zocay



Experiencia 3

Turismo rural comunitario
en la tierra del zocay





Contenido

Pag

¡Descubre el encanto de **Santa Rosa de Cabal** 4

Experiencia 1 El mejor café suave, de la semilla a la taza 6

Experiencia 2 Cafés especiales, del origen a la revelación 6

Experiencia 3 Observación de aves en los andes centrales 6

Experiencia 4 Postales del Paisaje Cultural Cafetero 7

Experiencia 5 Relajarse en plena naturaleza 7

Experiencia 6 Trekking entre bosques de niebla, páramo y mirador de volcanes 7

Experiencia 7 Aventura a 4.000 metros de altitud 8

Experiencia 8 Originales prendas y accesorios cafeteros 12

Experiencia 9 Santa Rosa city walking tour (diurno / nocturno) 12

CLÚSTER DE TURISMO





EXPERIENCIA 1

El mejor café suave, *de la semilla a la taza*

Embárcate en un viaje a través de los sentidos y descubre los secretos mejor guardados del café colombiano en **Santa Rosa de Cabal.** Este es un recorrido único y especial en el que podrás transformarte en un auténtico caficultor y contagiarte del aroma y el sabor del mejor café suave del mundo.

Escoge la experiencia que más se adapta a tu personalidad

No existe una mejor forma de vivir esta experiencia, las opciones son amplias y complementarias, tú escoges: Varias fincas han desarrollado rutas experienciales, que se han convertido en escenarios, donde te podrás caracterizar como un verdadero caficultor o "chapolera" (nombre que designa a la típica recolectora de café en Colombia), donde se te mostrará el proceso por el que obtienen cafés de elevadísima calidad, mientras te abren las puertas de su casa, su historia y su corazón.







EXPERIENCIA 2

Santa ROSA de Cabal
PARAISO NATURAL CAFETERO

Cafés especiales,
del origen a la revelación

Esta es la tierra del mejor café del mundo, santuario para los apasionados y expertos del café. Aquí podrás aprender de los profesionales que cultivan los cafés especiales más exquisitos del planeta, de baristas reputados que seducirán tus sentidos, con el singular proceso de cata, para finalmente, embriagar tu paladar con esta maravillosa bebida que crea espacios de encuentro y tiende lazos entre las personas. Entra en el seductor universo del café colombiano.

Viaja al Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, origen de cafés especiales

Una peculiar geografía, configurada por extensas laderas, y la diversidad de microclimas, unido al tesón y laborioso trabajo de sus caficultores, han hecho del Paisaje Cultural Cafetero en Santa Rosa de Cabal, una tierra única para producir un café con un sabor especial y unas propiedades de acidez, aroma y cuerpo muy particulares que ayudan a preservar su identidad como "suaves colombianos", un producto para consumidores de la más alta exigencia.



CLÚSTER DE TURISMO



EXPERIENCIA 3

Observación de aves
en los andes centrales

La experiencia de observación de aves en Santa Rosa de Cabal, Colombia, ofrece la oportunidad de observar una gran variedad de especies. En la zona d**el Parque Nacional Natural Los Nevados** y **Campoalegre**, se encuentran más de 300 especies de aves, incluyendo 22 tipos de colibríes, como el colibrí pico de espada y los colibríes ermitaños. También es posible ver Tinamúes, Perdices, Rastrojeros, y Tororoís, aunque estos últimos son difíciles de encontrar, sus melodiosos cantos los delatan. Los bosques conservados son hogar de aves como la Pava Cariazul, la Pava Gurria, y el Quetzal de Montaña, entre otros.

Campoalegre alberga especies endémicas y amenazadas, como la Pava caucana, la Perdiz Colorada, la Dacnis turquesa y la Tangara Multicolor. Algunas de las aves en peligro crítico de extinción incluyen al Loro Coroniazul y la Pava Caucana. Asimismo, se encuentran especies vulnerables como el Pato de Torrentes, la Habia Coronada, el Loro Paramuno y el Terlaque Andino, entre otros. La conservación y regeneración de este entorno natural representan un desafío para Santa Rosa de Cabal.

Santa Rosa de Cabal es un paraíso para los amantes de las aves, con una rica diversidad de especies que incluyen colibríes, pavas, loros, tucanes y más. Los bosques conservados son especialmente importantes para la supervivencia de aves endémicas y amenazadas, por lo que la conservación de estos hábitats es crucial para proteger estas maravillosas criaturas aladas.

Santa ROSA de Cabal
PARAISO NATURAL CAFETERO

CLÚSTER DE TURISMO



EXPERIENCIA 4

Postales de paisaje
cultural cafetero

Santa Rosa de Cabal, mirador natural de las montañas andinas sobre la cordillera central de los andes, de paisajes cafeteros, cascadas y cañones profundos como los de sus ríos San Francisco y Campoalegre, una ventana al bosque de niebla y la puerta al ecosistema de páramo, desde donde se observan aún montañas con cumbres nevadas y volcanes. Estos son algunos de los paisajes inolvidables que explican una tierra cafetera que discurre entre los 1000 y 4000 metros de altura sobre el nivel del mar.

Santa Rosa de Cabal, un abanico de paisajes y cascadas

En los alrededores de Santa Rosa de Cabal, las montañas te obsequiarán postales de cafetales, coloridas fincas, bosques de niebla y el imponente páramo. Santa Rosa te ofrecerá vistas de sensacionales cascadas naturales, como las que se observan en las estaciones de aguas termales y la cascada Frailes en el Parque Regional Natural Ucumari.

Parque Natural Nacional Los Nevados, exclusivos paisajes de alta montaña

Si te levantas temprano, desde Santa Rosa de Cabal, podrás iniciar un ascenso en vehículo 4x4, hasta llegar a lugares inolvidables donde podrás capturar imágenes del Nevado del Ruiz, el paramillo de Santa Rosa y el Nevado de Santa Isabel. En el Bosque del Edén, sobre la carretera hacia la Laguna del Otún, conseguirás una fantástica postal de páramo y graciosos frailejones. **¡Son tantas las postales que puede regalar este lugar!**







EXPERIENCIA 5

Relajarse en *plena naturaleza*

Relájate en un entorno de ensueño, rodeado de naturaleza pura donde el silencio sólo se ve interrumpido por el sonido de las aguas termales que brotan de la tierra y descienden por potentes cascadas a temperaturas que superan los 40°C. Sumérgete en las termales naturales del Paisaje Cultural Cafetero en Santa Rosa de Cabal y renueva tu cuerpo, espíritu y mente. **No dejes que te lo cuenten, vívelo!**

Descubre una de las facetas menos conocida del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano en Santa Rosa de Cabal

El Paisaje Cultural Cafetero se presenta también como un lugar mágico donde el agua, la tierra y la naturaleza se convierten en un solo elemento, ofreciendo un escenario privilegiado para descansar, relajarse y meditar. Haz un alto en tu viaje y descubre porqué las mejores aguas termales de Colombia se encuentran en la tierra de los cafetales.

Sumérgete en aguas termales y siente sus efectos regeneradores

En Santa Rosa de Cabal encontrarás tres estaciones de aguas termales, las cuales son uno de los principales atractivos turísticos de la región. Sus aguas cálidas son ricas en minerales y a diferencia de otros termales no son azufradas. En Termales de San Vicente, las aguas termales son de origen magmático y en Termales de Santa Rosa, las aguas termales son de origen telúrico. Aquí sus aguas son tan suaves y agradables, que pueden ser bebidas directamente, son inoloras y sinsabor. Son ideales para hidroterapia, relajación, descanso y manejo del estrés. En cualquiera de las estaciones termales podrás bañarte en piscinas de agua caliente y disfrutar de una terapia termal disfrutando del agua que nace en las montañas en medio de los más bellos bosques de niebla.

Para finalizar la jornada de completa meditación, podrás hospedarte en hoteles cercanos, rurales o urbanos, o al interior de las estaciones termales, donde la relajación y el descanso continúan en un entorno de paz y tranquilidad.





EXPERIENCIA 6

Trekking entre bosques de niebla
páramo y mirador de volcanes

Asciende al páramo, rodeado de volcanes y nevados. Disfruta de la inmensidad de la naturaleza a 4000 metros sobre el nivel del mar, recorriendo el parque nacional natural de los nevados. Visita la laguna del Otún, los antiguos valles glaciares y desciende por el bosque de niebla junto a los ríos que nacen en la montaña.

Escoge la ruta que se adapte a tus capacidades

El Paisaje Cultural Cafetero Colombiano en Santa Rosa de Cabal, es un verdadero paraíso para excursionistas y caminantes, ofreciendo una atractiva combinación de altitudes, ecosistemas, temperaturas de templadas a frías y húmedas, así como paisajes excepcionales.





EXPERIENCIA 7

Aventura a 4.000 metros
de altitud

Eres un aventurero y ansiabas esta travesía por el Parque los Nevados. Ascender la montaña y superar el reto de la altitud es un verdadero premio. Paisajes exclusivos que relajarán tu mente y tu cuerpo. Un energizante Trekking es una experiencia apta para quienes encuentran en las montañas, una real conexión con la naturaleza.

Si te apasiona el senderismo de alta montaña, en travesías de varios días, pasando de los 2.500 metros hasta superar los 4.000 metros sobre el nivel del mar en el Parque Nacional Natural los Nevados has encontrado el paraíso. Nada podrá superar la sensación de satisfacción que sentirás cuando llegues a un nuevo paraje, todavía más espectacular que el anterior. Al caer el día, anécdotas y risas con el grupo, acompañado por una buena taza de café suave colombiano, en el confort de un alojamiento o acampando con las estrellas que brillan en el firmamento.

.







EXPERIENCIA 8

Originales prendas
y accesorios cafeteros

En Santa Rosa de Cabal encontrarás las más auténticas y completas tiendas artesanales, desde aquellas donde el "poncho" cafetero, elaborado en telares locales es icono de nuestra región y puede conseguirse con los más creativos diseños, desde el tradicional, al moderno y en diferentes colores para cualquier gusto. Encuentre artesanías en madera elaboradas en talleres que producen desde impecables muebles, juegos de mesa y objetos funcionales. También encontrará productos de Joyería, tejeduría, cerámica, bisutería, ropa elaboradas en telares, objetos elaborados en cuero, seda, cestería, y productos elaborados con materiales naturales como fique y derivados de la planta de plátano.

EXPERIENCIA 9

Santa Rosa city
walking Tour (diurno / nocturno)

Descubre los encantos de Santa Rosa de Cabal a través de un fascinante recorrido a pie por la ciudad. Tanto de día como de noche, esta experiencia te permitirá sumergirte en la cultura, la gastronomía local representada especialmente en el chorizo santarrosano y la historia de este pintoresco destino cafetero.

Explora los rincones más emblemáticos de la ciudad

Durante el tour, iniciando en el parque de las araucarias conocerás los principales puntos de interés de Santa Rosa de Cabal, como su hermosa basílica menor nuestra señora de las Victorias, el monumento al machete, coloridos murales, la escuela Bolívar, el santuario nacional de la virgen de la medalla milagrosa, con su imponente vitral, el más grande de Colombia, sus plazas llenas de vida y color, y sus calles llenas de encanto. Un guía local te acompañará en el recorrido, brindándote información interesante sobre la historia, la arquitectura, las tradiciones de la ciudad su gastronomía donde el protagonista es el chorizo santarrosano y la cultura del mejor café suave del mundo. Anímate a recorrer estas calles llenas de encanto, tiendas lindas y los sabores sorprendentes en cada esquina.

Descubre la historia y la cultura de Santa Rosa de Cabal

A medida que camines por las calles, tendrás la oportunidad de sumergirte en la rica historia y cultura de esta tierra cafetera. Conocerás las tradiciones y costumbres locales, observarás inmensos y coloridos murales que cuentan historias sobre la cultura y la biodiversidad, y aprenderás sobre la importancia del café en la región. Además, tendrás la oportunidad de visitar tiendas artesanales, donde podrás apreciar la obra de talentosos artistas locales.

IMAGEN – MARCA

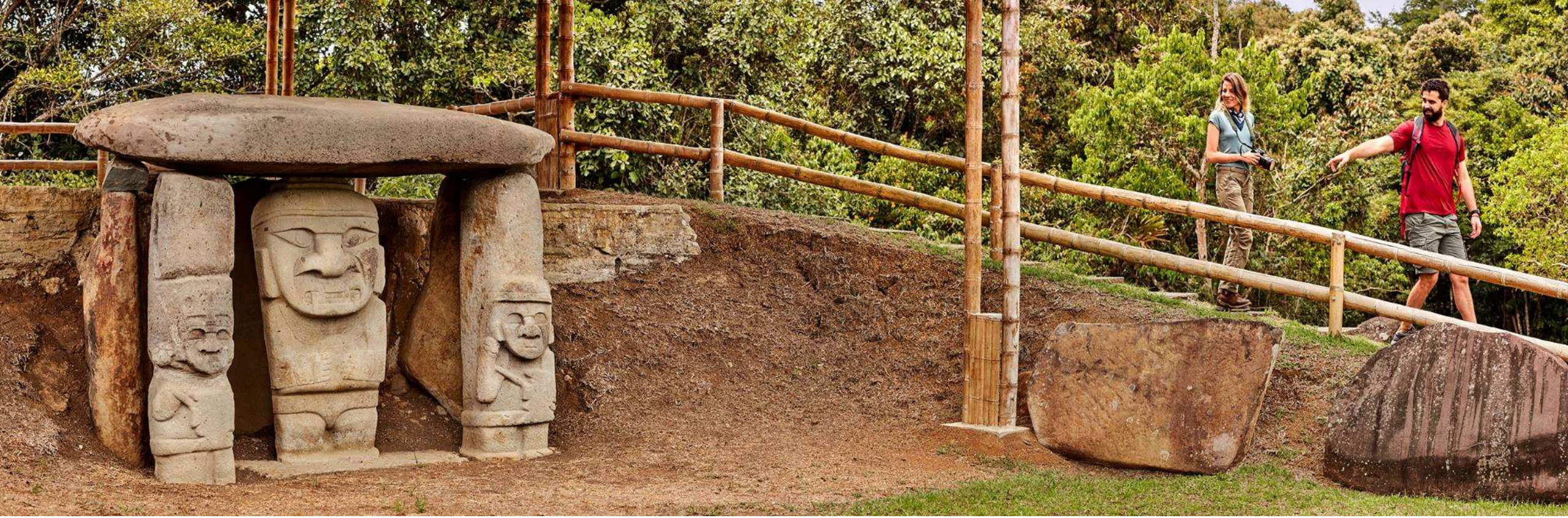
IMAGEN	Forma en la que los consumidores visualizan un producto real o potencial / destino.
MARCA	Nombre, término, signo, símbolo o combinación de estos elementos que tiene el propósito de identificar los productos y servicios ofrecidos por un vendedor o grupo de vendedores para distinguirlos de los productos y servicios ofrecidos por la competencia.




Gobierno del Cambio
En el país de la belleza los rápidos se disfrutan lento.
Río Güejar, Meta
COLOMBIA co


Gobierno del Cambio
En el país de la belleza el que no baila, también goza.
Ibagué, Tolima
COLOMBIA co


Gobierno del Cambio
En el país de la belleza nuestro legado se lleva en las manos.
Nazareth, La Guajira
COLOMBIA co



Identificación de la Esencia de la Marca

COMPONENTES DEL SECTOR TURISMO

DEMANDA

Consumidores
* Reales
* Potenciales

OFERTA



DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA

GENERALIDADES

DEMANDA TURÍSTICA

Productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades requeridas por el turista / viajero.

OFERTA TURÍSTICA

Bienes tangibles, intangibles, servicios e infraestructura que son ofrecidos al turista/viajero.

Necesidades

Anhelos

Deseos

Sueños

PRODUCTO / PAQUETE TURÍSTICO

Atractivos turísticos

Planta/estructura turística

Infraestructura general y especializada

MERCADO

DEMANDA

Productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades requeridas por el turista:

Necesidades, Anhelos, Deseos, Sueños.

PRODUCTO PAQUETE

OFERTA

Bienes tangibles, intangibles y servicios ofrecidos:

Atractivos turísticos + Planta (estructura) turística + Infraestructura general y especializada.

DEMANDA

Los turistas **pagan** por los **servicios** que necesitan para disfrutar de **su** tiempo libre y para sobrevivir; pero ante todo, buscan **experiencias** y **utilidades**, y eso es lo que compran.

⇒ Origen y/o destino: nacional o doméstico (local, regional, nacional) e internacional.

⇒ Nivel de ingresos y gasto turístico: lujo, ejecutivo, económico, clase turista.

⇒ Medio de transporte utilizado: terrestre, aéreo, marítimo, fluvial.

⇒ Distancia al punto de destino y estadía: fin de semana, puentes, vacaciones.

⇒ Grupos de edad: jóvenes (generaciones X y Y, baby boomers), familias, adultos mayores.

⇒ Motivación turística: naturaleza, cultura, descanso, aventura, deporte, nueva era.

VIEJOS Y NUEVOS TURISTAS

VIEJOS TURISTAS	NUEVOS TURISTAS
• Búsqueda del sol. • Siguen a las masas. • Les importa el hoy. • Viajan para decir que han estado. • Tener. • Superioridad. • Les gustan las atracciones. • Son precavidos. • Comen en el hotel. • Homogéneos.	• Experiencias diferentes. • Quieren ser protagonistas. • Ven y disfrutan, pero no destruyen. • Viajan por disfrutarlo. • Ser. • Comprensión. • Gustan de los deportes. • Son aventureros. • Prueban la comida local. • Híbridos.

TENDENCIAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

- Más vacaciones, más breves.
- Mayor estabilidad relativa social y económica.
- Muchos turistas en uno.
- Calidad y valor por gasto turístico.
- Ascenso de la preocupación ambiental.

MEGATENDENCIAS TURÍSTICAS

Turismo de Aventura

Cruceros

Ecoturismo

Turismo Cultural

Turismo Temático

TALLERES: REGLAS DEL JUEGO





RESULTADOS - RESULTADOS





DEMANDA: SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN. "División del mercado en grupos directos de consumidores que podrían requerir productos separados (*paquetes*) y/o diferentes mezclas de mercadotecnia". Philip Kotler

IMPORTANCIA. Permite identificar grupos de posibles compradores de los productos (paquetes) o mezclas ofrecidas, con el fin de responder a sus expectativas y necesidades.

DETERMINACIÓN DE SEGMENTOS. Datos duros: cuantitativos. Datos blandos: cualitativos.

APLICACIONES. Estrategias productivas y de servicio, comercialización, mercadeo, promoción.

SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Origen o procedencia

- Internacional.
- Nacional.
- Regional.
- Departamental.
- Local.

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Condición personal y económica

- Edad, género, raza.
- Nivel de educación.
- Ingreso-ahorro-gasto turístico.

SEGMENTO DEL MERCADO

TALLER I: SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN SICOGRÁFICA

Forma de pensar

- Estilo de vida.
- Clase social.
- Personalidad.

SEGMENTACIÓN SOCIOGRÁFICA

Forma de socializar

- Actitudes.
- Usos o costumbres.
- Respuesta a productos.

IDEAS PARA LA SEGMENTACIÓN TIPOLÓGICA DE LA DEMANDA DEL META



TALLER I

IDENTIFICACIÓN PRELIMINAR DE LA DEMANDA: MERCADO OBJETIVO

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Enumere cinco características del perfil del consumidor objetivo	EDAD: 35-70 años. Parejas, familias con hijos, baby boomers. ORIGEN: Europa (Alemania – Francia). Estados Unidos. Estancia 10d/9n Requerimientos mínimos de alojamiento (baño privado, agua caliente, wifi, aire acondicionado) Lugares auténticos como ecolodges. 4,3. Alta. Alojamientos sencillos con exigencia de condiciones básicas de comodidad (limpieza, elementos como percheros y mesita en la habitación, buena ventilación y baño privado).
Identifique tres paquetes a desarrollar en función del perfil de la demanda	

Dificultad
baja

Duración
3 días
2 noches

Paquete 1







La magia de la Tierra del café

¡Experimenta la magia de la tierra del café en este emocionante paquete turístico! Sumérgete en la cultura cafetera y explora la exuberante naturaleza en la encantadora ciudad de Santa Rosa de Cabal.

Día 1

Comenzaremos nuestro viaje con una experiencia única en el mundo del café. Visita alguna de las emblemáticas fincas cafeteras. Aprende todo sobre el proceso de producción del mejor café suave y deléitate con su delicioso sabor. Además, explora las tiendas de cafés especiales y descubre una amplia variedad de cafés selectos, desde su origen hasta su revelación en cada taza.

Día 2

Para los amantes de la naturaleza, te llevaremos a las alturas impresionantes del Sendero del Santa Isabel. Disfruta de la majestuosidad de los Nevados y descubre la diversidad de aves en los Andes Centrales. Desde los miradores de Santa Rosa de Cabal, captura postales inolvidables del paisaje cultural cafetero en todo su esplendor.

Día 3

- Después de tanta exploración, relájate en las estaciones termales y spa que ofrece el municipio. Sumérgete en sus cálidas aguas y renueva tu cuerpo y mente en medio de la exuberante naturaleza. Además, aventúrate en una experiencia termal, ingresando al bosque de niebla, donde se encuentran los nacimientos de las aguas termales, entre las más bellas cascadas. Una experiencia para conectarse con la pureza de la naturaleza.
- Aprovecha también para descubrir la artesanía local y llevarte a casa una pieza única que te recuerde siempre tu viaje a esta encantadora ciudad. Finaliza tu experiencia con un emocionante Santa Rosa City Walking Tour, donde explorarás los encantos de la ciudad de día o de noche, sumergiéndote en su cultura y interesante historia.
- **¡No pierdas la oportunidad de vivir esta experiencia única en Santa Rosa de Cabal! Reserva ahora tu paquete turístico y prepárate para una aventura llena de café, naturaleza y cultura. ¡Te esperamos con los brazos abiertos!**

Dificultad
baja

Duración
3 días
2 noches

Paquete 2







Aventura en la Tierra del café

Día 1

En nuestro emocionante paquete turístico "Aventura en la Tierra del Café", te sumergirás en una experiencia única que combina aventura, naturaleza y cultura cafetera. Comenzaremos adentrándonos en el fascinante mundo del café, visitando fincas emblemáticas y degustando el delicioso café suave. Además, explorarás las tiendas de cafés especiales para disfrutar de una amplia variedad de cafés selectos.

Día 2

La aventura continúa con un emocionante **Trekking** ascendiendo a la Laguna del Otún, rodeado de bosques de niebla y páramo. Desde las alturas, tendrás vistas espectaculares de los volcanes y nevados. Después de tanta exploración, podrás relajarte en las estaciones termales, donde las aguas terapéuticas te renovarán cuerpo y mente.

Día 3

Además, tendrás la oportunidad de conocer la tradicional artesanía local y llevar contigo una pieza única como recuerdo de esta encantadora ciudad cafetera. Y para completar tu experiencia, disfrutarás de un emocionante Santa Rosa City Walking Tour, explorando los encantos de la ciudad tanto de día como de noche, sumergiéndote en su cultura y rica historia.

¡No pierdas esta oportunidad única de vivir una aventura llena de café, naturaleza y cultura en Santa Rosa de Cabal! Reserva ahora y prepárate para una experiencia inolvidable. Te esperamos con los brazos abiertos.

Dificultad
media

Duración
4 días
3 noches

Paquete 3



Naturalistas en la Tierra del café

Día 1

Descubre un emocionante paquete turístico diseñado especialmente para naturalistas y amantes de la naturaleza. Adéntrate en la tierra del café, donde podrás disfrutar de una amplia variedad de actividades que te conectarán con la exuberante naturaleza de la región.
En primer lugar, tendrás la oportunidad de disfrutar de una experiencia única relacionada con el café. Visitarás una de las fincas emblemáticas donde aprenderás sobre el proceso de producción del mejor café suave del mundo. Desde la semilla hasta la taza, sumérgete en los aromas y sabores inigualables de esta deliciosa bebida.

Día 2

Además del café, la observación de aves será una parte destacada de tu aventura. En los Andes Centrales, podrás observar más de 300 especies de aves, incluyendo colibríes, pavas, loros y tucanes. Los bosques conservados de la región son hogar de aves endémicas y amenazadas, lo que hace de Santa Rosa de Cabal un paraíso para los amantes de la ornitología, pues es el hogar de un ave amenazada y única, el lorito de fuertes.
Para aquellos que buscan relajarse, las estaciones termales son el lugar perfecto. Sumérgete en las aguas cálidas y renueva tu cuerpo y mente rodeado de un entorno natural impresionante. Disfruta de tratamientos de bienestar y déjate consentir en medio de la paz y la tranquilidad.

Día 3

Continuando con la aventura, te invitamos a un Trekking paisajístico ascendiendo a la Laguna del Otún. Esta experiencia te conectará con la pureza de la naturaleza, el bosque de niebla y el páramo mientras disfrutas de las vistas espectaculares a 4000 metros sobre el nivel del mar.

Día 4

Además de todas estas actividades, tendrás la oportunidad de explorar la cultura local y llevarte a casa piezas únicas de artesanía, como el poncho, productos tejidos en telares y objetos elaborados en madera típicos de Santa Rosa de Cabal.
Por último, no puedes perderte el fascinante Santa Rosa City Walking Tour, que te permitirá conocer los encantos de la ciudad tanto de día como de noche. Sumérgete en la historia y la cultura de Santa Rosa de Cabal mientras exploras sus calles, plazas y hermosas iglesias coloniales, no olvides degustar un delicioso y tradicional chorizo santarrosano.

Este paquete turístico es una oportunidad imperdible para vivir una experiencia única en la Tierra del Café. Disfruta de la naturaleza, el café, la observación de aves y la cultura local en este destino encantador. ¡Te esperamos con los brazos abiertos para que vivas una aventura inolvidable!

FORMATO MINUTO A MINUTO DISEÑO DE PAQUETE

Nombre del Plan	**Biodiversidad EnContraste**						
Duración en # de días y noches	**10 días y 9 noches**						
Vigencia	**Enero 30 de 2024**						
Tipo de Operación	**Diario**						
Perfil del turista							
Mercado Objetivo		**Mercado Contingente**		**Mercado Alterno**			
Producto							
Elaborado por:							
DIA 1			**Se utiliza por lo general solo para traslados**				
HORA	**LUGAR(ES)**	**ACTIVIDAD**	**I / NI/OPL**	**PROVEEDOR**	**COSTO X PX**	**MARK UP**	**PVP**
05:00 h - 06:00 h							
06:01 h. - 07:00 h							
07:01 h - 08:00 h							
08:01 h. - 09:00 h							
08:30 h. - 09:30 h							
09:30 a 11:30 am							
11:30 h. - 13:30 h.							
13:30 h. - 13:45 m.							
14:01 h. - 15:00 h.							
17:00	**Aerop. El Dorado**	Transfer In	Incluido	Solutions in Colombia	60000		
17:01 h. - 18:00 h.	**Aerop. El Dorado**	Guía (recepción en aeropuerto)	Incluido	Pepito Perez	100000		
18:00 h. - 19:00 h.	**Cali**	Alojamiento	Incluido	Marriot	450000		
19:01 h. - 20:00 h.		Cena	Incluido		50000		
DIA 2							
HORA	**LUGAR(ES)**	**ACTIVIDAD**	**I / NI/OPL**	**PROVEEDOR**	**COSTO X PX**	**MARK UP**	**PVP**
05:00 h - 06:00 h							
06:01 h. - 07:00 h							
07:01 h - 08:00 h							
08:01 h. - 09:00 h							
08:30 h. - 09:30 h							
09:30 a 11:30 am							
11:30 h. - 13:30 h.							
13:30 h. - 13:45 m.							
14:01 h. - 15:00 h.							
15:01 h. - 16:00 h.							
17:01 h. - 18:00 h.							
18:00 h. - 19:00 h.							
19:01 h. - 20:00 h.							
DIA 3							
HORA	**LUGAR(ES)**	**ACTIVIDAD**	**I / NI/OPL**	**PROVEEDOR**	**COSTO X PX**	**MARK UP**	**PVP**
05:00 h - 06:00 h							
06:01 h. - 07:00 h							
07:01 h - 08:00 h							
08:01 h. - 09:00 h							
08:30 h. - 09:30 h							
09:30 a 11:30 am							
11:30 h. - 13:30 h.							
13:30 h. - 13:45 m.							
14:01 h. - 15:00 h.							
15:01 h. - 16:00 h.							
17:01 h. - 18:00 h.							
18:00 h. - 19:00 h.							
19:01 h. - 20:00 h.							

TALLER I. “SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA”

Destinos: _____

Nombre del Producto / Paquete: _____

Criterios de segmentación posibles de aplicar	Segmentos identificados	Prioridad	Justificación

OFERTA TURÍSTICA





ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Super - estructura

Planta

Infraestructura

RECURSOS





OFERTA TURÍSTICA: ATRACTIVOS EN DESTINOS

ATRACTIVOS METODOLOGÍA OMT

Sitios naturales.

Bienes culturales.

Etnografía.

Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.

Acontecimientos programados.

ATRACTIVOS METODOLOGÍA Ceballos Lascuraín

Focales

Complementarios

De apoyo

JERARQUÍA: I Internacional, II Nacional, III Regional, IV Local

OFERTA TURÍSTICA: ATRACTIVOS

Metodología inventario de atractivos turísticos: DGT / VMT

GRUPOS	SUBGRUPOS
RECURSOS CULTURALES	Arqueológicos, arquitectónicos, históricos, obras de arte, expresiones religiosas, manifestaciones folclóricas, realizaciones técnicas, científicas y grupos de especial interés.
SITIOS NATURALES	Montañas, altiplanicies, llanuras, lagunas, ríos, cascadas, costas o litorales, islas, lugares de caza y pesca, lugares de observación de fauna y flora, Parques Nacionales Naturales y otros.
FESTIVIDADES Y EVENTOS	Ferias y exposiciones, eventos artísticos, eventos culturales, eventos deportivos, aniversarios, reinados, encuentros, día de mercado y otros.






OFERTA TURÍSTICA: JERARQUIZACIÓN

Cualificar (Cuantificar) la oferta de atractivos a ofrecer.

- **JERARQUÍA I**
  Atractivos de interés internacional.
- **JERARQUÍA II**
  Atractivos de interés nacional.
- **JERARQUÍA III**
  Atractivos de interés regional.
- **JERARQUÍA IV**
  Atractivos de interés regional.

TALLER II

IDENTIFICACIÓN DE ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES DEL DESTINO

TALLER II. “IDENTIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN DESTINO / UNIDAD PRODUCTIVA”

1. Mesa de trabajo con su grupo de trabajo (Cultura, naturaleza, bienestar, comunitario).

2. Cada grupo debe asumir el rol de responsable por el diseño del producto turístico y su empaquetamiento.

3. Cada grupo debe relacionar, en el formato adjunto, un listado de los principales atractivos disponibles para el turista o visitante en el destino teniendo en cuenta:

a. Nombre del atractivo de interés turístico. Analice elementos como acceso, facilidades, atractividad. (lo tienen en el diseño del producto)

b. Localización del mismo.

c. Jerarquía o grado de importancia del atractivo.

d. Descripción general que justifique por qué el atractivo ha sido tenido en cuenta.

TALLER II "IDENTIFICACIÓN DE ATRACTIVOS EN DESTINO / UNIDAD PRODUCTIVA"

Destinos: _____

Atractivos: Recursos culturales, Sitios naturales, Festividades y eventos.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	LOCALIZACIÓN	JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN GENERAL

OFERTA TURÍSTICA: INFRAESTRUCTURA

Acceso terrestre, aéreo, marítimo, fluvial.

Telecomunicaciones.

Acueducto, alcantarillado, manejo de desechos.

Energía, servicios de salud/primeros auxilios.

VALORACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA

OFERTA TURÍSTICA: ESTRUCTURA - PLANTA



TALLER III OFERTA TURÍSTICA: PLANTA

TALLER III

“IDENTIFICACIÓN DE PLANTA TURÍSTICA EN DESTINO / UNIDAD PRODUCTIVA”

ROLES Y RESPONSABILIDADES

TALLER III. “IDENTIFICACIÓN DE PLANTA TURÍSTICA EN DESTINO / UNIDAD PRODUCTIVA”

Destinos: _____

Servicios: Transporte, alojamiento, alimentación, guianza, diversión, otros

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	LOCALIZACIÓN	RANGO DE TARIFA	DESCRIPCIÓN GENERAL

PAUTAS Y PROCEDIMIENTOS GENERALMENTE APLICADOS AL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO EN FUNCIÓN DE LA CONFIGURACIÓN DE PRODUCTOS Y PAQUETES TURÍSTICOS

PROCESO BÁSICO DE APRESTAMIENTO PARA EL DISEÑO PAQUETES TURÍSTICOS

Rastrear todos los segmentos que tengan unas necesidades similares a las que la empresa/ destino satisface actualmente; segmentar, y volver a segmentar de acuerdo a tendencias y necesidades insatisfechas

Identificar las fortalezas de la organización/ destino que sean capaces de aportar una diferencia-ción positiva frente a la competencia y a sus puntos críticos.

Identificar los aspectos claves de la competencia para sacar provecho de sus propios puntos fuertes y débiles, estableciendo claramente cuáles de las estrategias son las ganadoras y cuáles las perdedoras.

Anticiparse a ganar una ventaja competitiva que sea difícil de copiar; situarse siempre por delante.

P. P. T. C.

PRODUCTO – PAQUETE TURÍSTICO

DESTINO / UNIDAD PRODUCTIVA

Territorio

Imagen – Marca

MERCADO

Demanda

Oferta

ENSAMBLE

Producto

Paquete

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

LABOR DE ENSAMBLE

PRODUCTO PAQUETE

PRODUCTOS Y PAQUETES TURÍSTICOS: MARCO DE PLANEACIÓN



BASES PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS/PAQUETES TURÍSTICOS

OBJETIVO DEL PRODUCTO/PAQUETE

Satisfacer necesidades

Generar preferencias

Lograr eficiencia

Diferenciación y valor agregado

MOTIVO

- Ecoturismo
- Aventura
- Cultural
- Agroturismo/ T. R.
- Descanso
- Eventos
- Deportes
- Gastronómico
- Negocios, C. y C.

TIPOS Y CARACTERÍSTICAS

Modalidad o finalidad: básico, complementario

Tipo de destino: primario, secundario

Cobertura geográfica: región, zona, área, complejo, centro, núcleo, ruta, corredor,circuito

EL PRODUCTO / PAQUETE COMPETITIVO

CREATIVO	Características formales, contextuales o de contenido que inventen o recreen.
DIFERENCIADO	Con valores agregados, entendidos como el PLUS que se otorga y que no se cobra.
ÚNICO	Probablemente nadie más puede brindar lo que usted está ofertando.
INNOVADOR	Recrearse en función de la aparición o creación de necesidades, expectativas o deseos.
COMPETITIVO	Adecuada relación calidad - precio. Otorgar la mayor calidad posible al menor precio.

Generación de ideas; selección; desarrollo y evaluación del mercado potencial; formulación de la estrategia de mercadeo; análisis del negocio; comercialización; evaluación.

GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PAQUETES

BÚSQUEDA DEL ÉXITO

Emplazamiento y desarrollo de P/P. Operación y mercadeo en condiciones de productividad, competitividad y calidad. Verificación de resultados. Ajustes, prospección.

Diseño–Sostenibilidad: Generación y selección de ideas. Evaluación económica, administrativa, técnica, normativa, ambiental, social. Mercado, mercadeo, mercadotecnia, ventas. Calidad, servicio, ciclo de vida. Sostenibilidad integral.

Responder a condiciones y dinámica del mercado. Los P/P deben responder a expectativas relacionadas con poder adquisitivo, relación tiempo/distancia, emplazamiento de los P/P en el mercado, análisis de la competencia.

Satisfacer necesidades del consumidor en sus tres niveles. Físico-biológicas: comida, sueño, aseo. Sociales o simbólicas: amigos, familiares, compañeros; reconocimiento, status, imagen. Espirituales: intimidad y goce personal: contemplación, música, religiosidad.

PRODUCTO:
VISIÓN Y NIVELES

VISIÓN DEL PRODUCTO

Destino, cadena productiva, unidad productiva.

NIVELES DEL PRODUCTO

Principal, periférico, complementario.

Principal, auxiliar, de apoyo, aumentado.

VISIÓN DEL PRODUCTO

DESTINO

Conjunción de espacio geográfico, imagen o marca que lo identifica y oferta calificada: infraestructura, planta, atractivos, organizaciones. Un destino turístico puede ofrecer diferentes productos.

CADENA PRODUCTIVA

Oferta integrada de servicios que le permite al cliente adquirir, en una sola transacción y por un precio fijo, el acceso a un paquete de facilidades: transporte, alojamiento, alimentación, guianza, diversión.

UNIDAD PRODUCTIVA

Empresa. Líneas de producción o servicio de una empresa.



NIVELES DEL PRODUCTO

PRINCIPAL

Responde a la motivación básica por la que el consumidor se decide a desarrollar unas determinadas actividades turísticas o de ocio.

PERIFÉRICO

Acompañan al producto principal, sin ellos se dificulta la producción de una experiencia satisfactoria del uso del tiempo libre, relacionado con la motivación principal del consumidor.

COMPLEMENTARIO

Acompañan a los anteriores. No son indispensables pero ayudan a personalizarlo y a identificarlo, añaden valor y atractividad. Entretenimiento, exclusividad, confort.

NIVEL DE PRODUCTOS/SERVICIOS

PRODUCTO PRINCIPAL. El que define la motivación básica para que el consumidor se decida a desarrollar unas determinadas actividades turísticas o de ocio.

PRODUCTO AUXILIAR. Artículos o servicios que deben estar presentes para que el cliente use el PP. Hotel ejecutivo: servicio telefónico, restaurante, lavandería.

PRODUCTO DE APOYO. Productos adicionales ofrecidos para aumentar el valor del PP y ayudar a diferenciarlo de la competencia: centro de negocios, gimnasio, piscina.

PRODUCTO AUMENTADO. Combinación de dichos productos acompañados de variables de orden superior: facilidades de acceso, ambiente físico, interacción social.

¿QUÉ SE BUSCA CON EL DISEÑO DEL PRODUCTO Y SU EMPAQUETAMIENTO?

CONVERTIR EL PATRIMONIO CULTURAL, NATURAL O CREADO EN

Un bien, servicio o facilidad ofertable a segmentos definidos del mercado (Potenciales / Reales).

ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO / CADENA DE VALOR

COSTO – BENEFICIO. ECONOMÍAS DE ESCALA

ÁRBOL DE DECISIONES

Segmentos del mercado. Tipologías y morfologías. Estrategias comerciales, producción, servicio.

DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Conjunto de componentes TANGIBLES e INTANGIBLES disponibles en un DESTINO/ UNIDAD PRODUCTIVA, ENSAMBLADOS y ofrecidos en un MERCADO definido.

TERRITORIO (Materia prima/Atractivos).
+
IMAGEN (Valores percibidos).
+
MARCA (Identificación, recordación).
+
ACTORES/AGENTES (Productos, servicios, facilidades).

El producto ofrece unos BENEFICIOS capaces de atraer grupos determinados de consumidores, satisfaciendo sus MOTIVACIONES, EXPECTATIVAS o FANTASÍAS, convirtiéndolas en EXPERIENCIAS.

TALLER IV

“DISEÑO DEL PAQUETE TURÍSTICO”

TALLER IV.
"DISEÑO DEL PAQUETE TURÍSTICO"

1. Reúnase con su grupo de trabajo.

2. El grupo debe tener en cuenta el segmento de mercado definido, precisando sus características.

3. Para formular el producto, cada persona o grupo debe evaluar los insumos de oferta de atractivos, facilidades y servicios. (LLEGAR – ESTAR – VIVIR)

4. Establezca las actividades y atractivos a ofrecer como un todo en el destino Colombia, relacionado con el tema de su grupo (cultura, naturaleza, bienestar, comunitario), en función de un período de tiempo determinado.

5. Diseñe ordenadores territoriales, pautas de imagen y marca.

TALLER IV.“EL PAQUETE DISEÑADO”

Destinos: _____

Nombre del Producto: _____

Época del año / Duración en días – noches: _____

Ordenador territorial a desarrollar	Atractivos a incluir	Servicios a ofrecer	Imagen del producto	Marca del producto
R1 R2				

PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE

BENEFICIOS

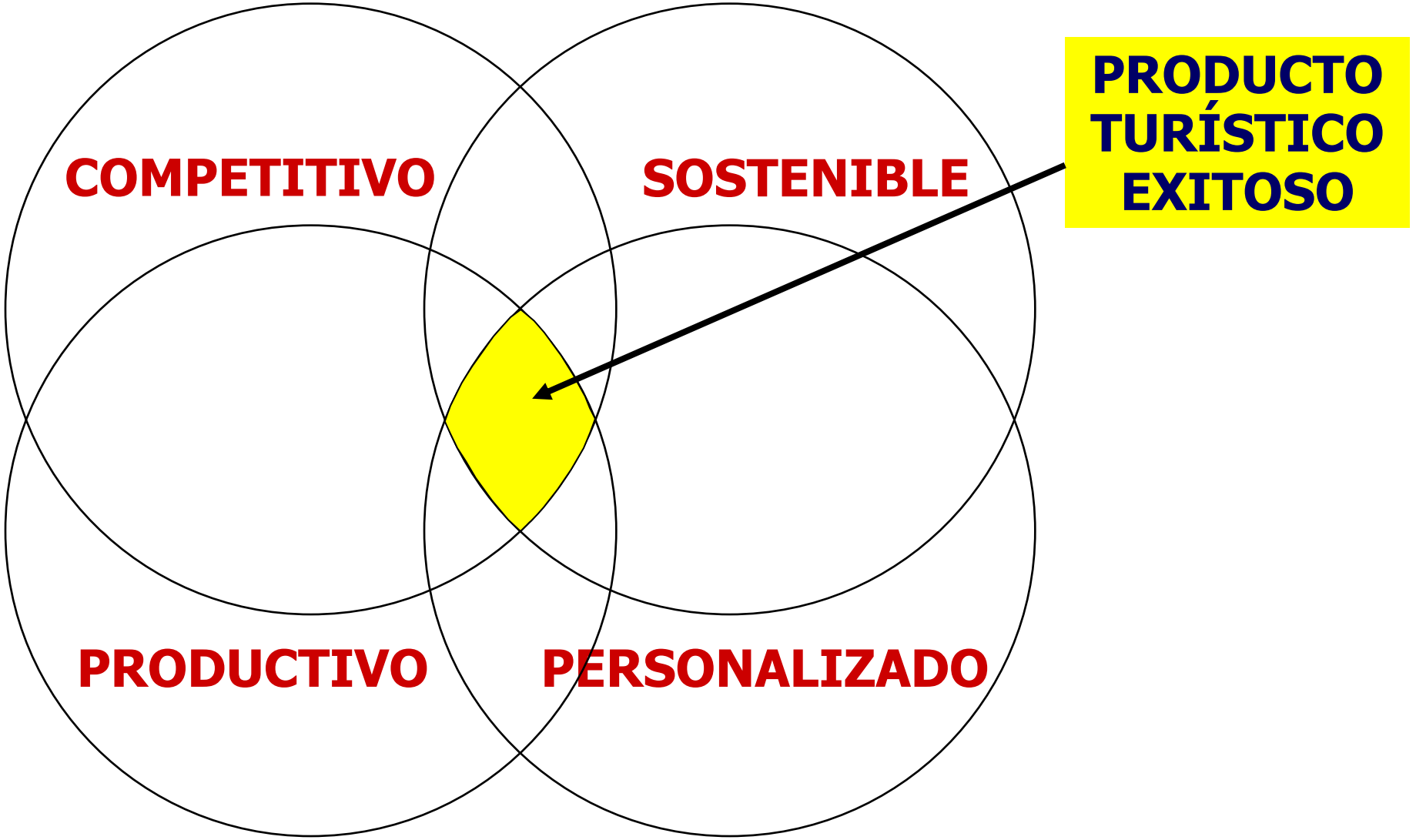
Económicos
Sociales
Culturales
Ambientales

Repartición equitativa de beneficios.

Sostenibilidad en el tiempo.

Calidad / Productividad /Competitividad.

EL PRODUCTO TURÍSTICO DEBE SER



DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS

CONCEPTO DE PAQUETE TURÍSTICO

Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, alimentación, guianza, visitas a sitios de interés, actividades de diversión); pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y que es adquirido por el consumidor en una sola transacción.

OFRECE VENTAJAS (BENEFICIOS) Y DESVENTAJAS (RIESGOS) PARA EL CLIENTE Y PARA EL PRODUCTOR / ENSAMBLADOR

VENTAJAS PARA EL CLIENTE

CONVENIENCIA. Facilita la planeación del viaje y el control de los gastos por todo concepto.

AHORRO. Mayor eficiencia precio-costo al adquirir los componentes del paquete con descuento por volumen.

CALIDAD. Los clientes reciben calidad garantizada por el operador, adicional a la ofrecida por cada prestador.

SEGURIDAD. El cliente puede estar más protegido contra abusos y situaciones imprevisibles.

VENTAJAS PARA EL PROVEEDOR

PROGRAMACIÓN. Puede negociar con anticipación, establecer fechas y enfrentar la estacionalidad más convenientemente.

AMPLIAR MERCADOS. Permite introducir servicios nuevos, combinarlos con facilidades posicionadas y atraer segmentos diversos de clientes.

COMPETITIVIDAD. Enfrenta de mejor manera la competencia y reacciona más rápidamente ante la dinámica del mercado.

DESVENTAJAS PARA EL CLIENTE

INFLEXIBILIDAD. Al ser un producto único, el comprador adquiere TODOS los componentes del mismo, asumiendo el riesgo de que alguno(s) no cumpla(n) con sus expectativas.

CREDIBILIDAD. El cliente debe asumir que el paquete ha sido bien diseñado y que ha acertado en la elección.

INFORMACIÓN. Deberá contar con mayor asesoría ante el cúmulo de información: CRS, GDS, INTERNET, medios masivos.

DESVENTAJAS PARA EL PROVEEDOR

RIESGO. El proveedor (ensamblador) asume riesgos económicos (bloqueo de habitaciones/sillas de avión), incertidumbre por el comportamiento del mercado, desastres.

CONCENTRACIÓN DE ESFUERZOS. El proveedor dedica grandes esfuerzos en proyectos concretos (estrategia concentrada), abandono ocasional o definitivo de estrategias de diferenciación y no diferenciada.

CADENA DE PRODUCCIÓN. El proveedor se compromete con el cliente a prestar un conjunto de servicios, muchos de los cuales están por fuera de su control directo.

PAUTAS PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y DESARROLLO DE PAQUETES TURÍSTICOS

Definir los objetivos del paquete

- Atraer nuevos segmentos del mercado.
- Complementar la oferta actual.
- Reposicionar el Producto – Servicio – Destino.

Definir el concepto del paquete

- Qué buscan los consumidores. Principales beneficios: FUNCIONALES, SIMBÓLICOS, VIVENCIALES.
- Qué decidimos vender: DESTINO, TIPO(S) DE SERVICIO(S), ACTIVIDADES, EXPERIENCIAS.

PAUTAS PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y DESARROLLO DE PAQUETES TURÍSTICOS - Continuación

Estructurar el producto

- Servicios básicos + Servicios complementarios.
- Beneficios buscados por el cliente.
- Valor agregado, diferenciación.

Diseño del proceso de prestación del servicio

- Búsqueda de información. Contacto con canales.
- Toma de decisión-Reserva-Compra del producto.
- Viaje al destino-Transporte.
- Traslado al hotel-Transfer-Operación receptiva.
- Chequeo en el hotel-Alojamiento.
- Alimentación-Restaurante del hotel.
- Contacto con el destino. Excursiones locales, guianza, eventos, espectáculos, compras, otros.

FACTORES PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICO

FUNCIONALES

VIVENCIALES

Aprovechar el recurso paisajístico; diferenciarse a partir de la existencia de atractivos y servicios turísticos; privilegiar la sostenibilidad económica, ambiental y social

SIMBÓLICOS

EL PAQUETE TURÍSTICO COMPETI*TIVO*

CREATIVO → _Características formales, contextuales o de contenido que inventen o recreen.

DIFERENCIADO → Con valores agregados, entendidos como el PLUS que se otorga y no se cobra.

ÚNICO → Probablemente nadie más puede brindar lo que usted está ofertando.

INNOVADOR → Recrearse en función de la aparición o creación de necesidades, expectativas o deseos.

COMPETITIVO → Adecuada relación calidad - precio. Otorgar la mayor calidad posible al menor precio.

Generación de ideas; selección; desarrollo y evaluación del mercado potencial; formulación de la estrategia de mercadeo; análisis del negocio; comercialización; evaluación.

MODALIDADES DEL "PAQUETE TURÍSTICO"

PAQUETE TURÍSTICO

Combinación de servicios que generalmente se compran por separado pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y que es adquirido en una sola transacción: transporte, alojamiento, comidas, bebidas, guianza, diversión.

PLAN TURÍSTICO

Paquete turístico que se ofrece contemplando variadas opciones y posibilidades: plan de alimentación, tipo de acomodación, número de noches y días, valor y vigencia de la tarifa, tours incluidos, facilitación, valores agregados.

DISEÑO DEL PAQUETE TURÍSTICO

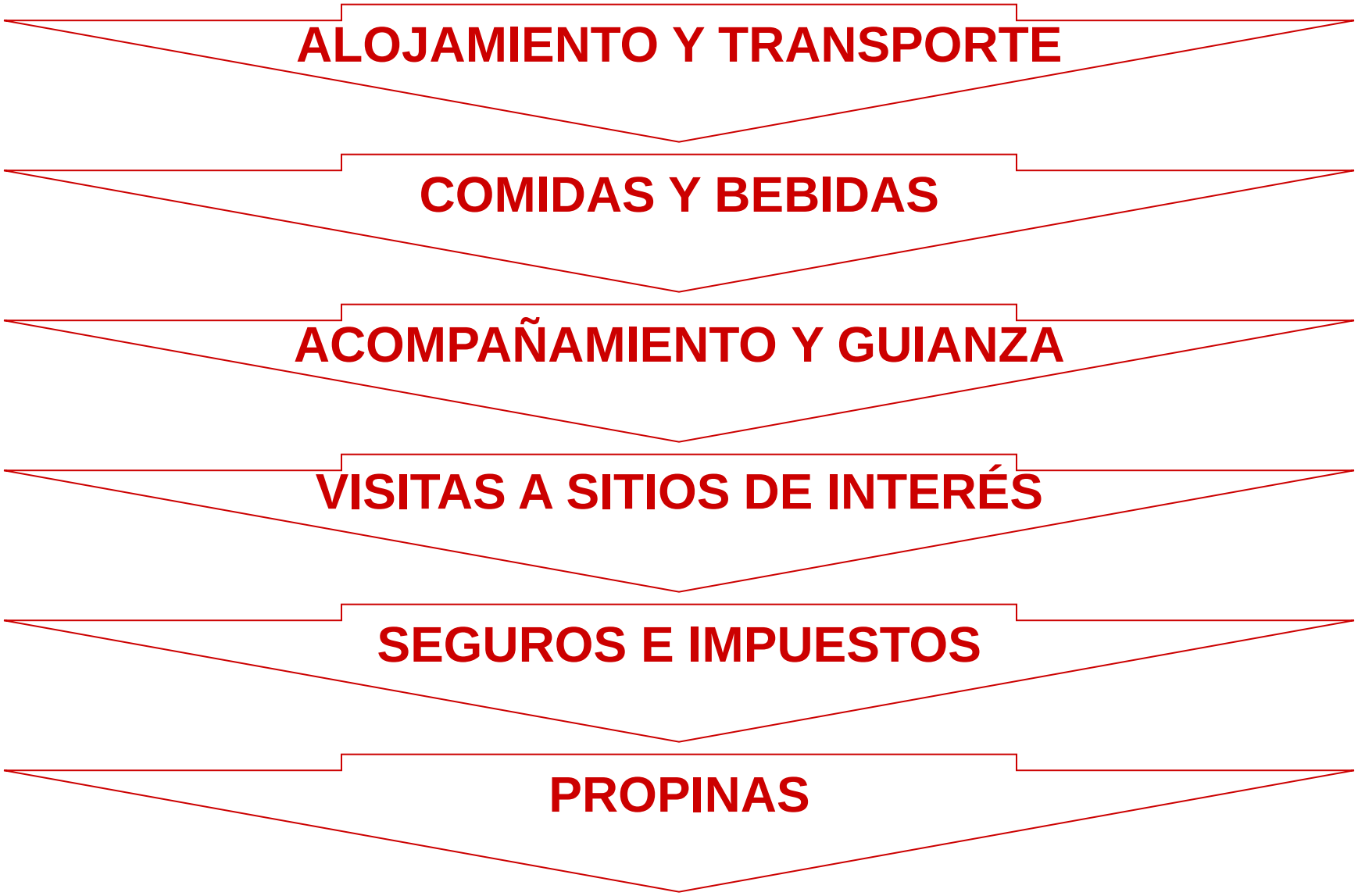
PAQUETE TURÍSTICO: conjunto de componentes TANGIBLES e INTANGIBLES que incluye:

Servicios y atractivos turísticos (materia prima).
+
Infraestructura y equipamiento (planta).
+
Servicios complementarios.
+
Actividades.
+
Duración y precio.
+
Imágenes y valores percibidos.

El paquete *ofrece unos BENEFICIOS capaces de atraer grupos determinados de consumidores, satisfaciendo sus MOTIVACIONES, EXPECTATIVAS o FANTASIAS, convirtiéndolas en EXPERIENCIAS*.

TALLER IV DISEÑO DEL PAQUETE

PRINCIPALES SERVICIOS, FACILIDADES Y PRODUCTOS QUE DEBEN TENERSE EN CUENTA PARA LA CONFIGURACIÓN DEL PRODUCTO



VOCABLOS USADOS CON FRECUENCIA

TIPO DE PLAN *1	Europeo: no incluye alimentación. Americano: desayuno, almuerzo y cena. Americano M.: desayuno y almuerzo o cena. Continental: desayuno continental.
SERVICIO DE DESAYUNO *2	Continental: pan; mermelada y mantequilla; café con leche, té o chocolate. Americano: jugo o cereal; huevos al gusto; tostadas, muffins o pancakes. Inglés: jugo de frutas; fruta cocida; cereales; pescado; huevos al gusto; carne; buffete frío; panes; mermelada y mantequilla; bebidas calientes.

***1 Información tomada de "Enciclopedia de Hotelería y Turismo", tomo I, pág 53. Sixto Báez Casillas. Editorial Continental S.A. de C.V., México.**

***2 Información tomada de "Guía Profesional de Cocina", páginas 232-233. Jaime Alzate L.**

PLAN TURÍSTICO

Paquete turístico que se ofrece contemplando opciones y condiciones diferentes de prestación de servicios. Es común contemplar:

- Tipo de facilidades y servicios ofrecidos: alojamiento, transporte, alimentación, acompañamiento, guianza, esparcimiento.
- Plan de alimentación: europeo, americano, americano modificado, continental.
- Tipo de acomodación: sencilla (SGL), doble (DBL), suite, vista a la playa-río-selva.
- Número de noches y días.
- Tarifa y período de vigencia.

SERVICIOS QUE DEBEN CONSIDERARSE PARA EL COSTEO DEL PAQUETE TURÍSTICO

ALOJAMIENTO Y TRANSPORTE	Son elementos básicos.
COMIDAS	Se acostumbra incluir el desayuno y una de las comidas. Excepto el "todo incluido", hay preferencia por libertad en horarios y tipo de alimentación.
BEBIDAS	Salvo casos especiales, no se incluyen en los paquetes.
VISITAS A SITIOS DE ESPECIAL INTERÉS	Se sugiere incluirlos.
IMPUESTOS	De ser posible, deben incluirse.
PROPINAS	En caso de no estar incluidas, se debe orientar al cliente al respecto.

Taller IV Diseño del Paquete Turístico

NOMBRE DEL PAQUETE TURÍSTICO
Municipio (s):
Atractivos principales:
Naturales:
Culturales:
Eventos:
Servicios turísticos a incluir en el paquete:
Transporte:
Alojamiento:
Gastronomía:
Guianza:
Otros:
Mercados geográficos:

NOMBRE DEL PAQUETE TURÍSTICO
Municipio (s):
Atractivos principales:
Naturales:
Culturales:
Eventos:
Servicios turísticos a incluir en el paquete:
Transporte:
Alojamiento:
Gastronomía:
Guianza:
Otros:
Mercados geográficos:

NOMBRE DEL PAQUETE TURÍSTICO
Municipio (s):
Atractivos principales:
Naturales:
Culturales:
Eventos:
Servicios turísticos a incluir en el paquete:
Transporte:
Alojamiento:
Gastronomía:
Guianza:
Otros:
Mercados geográficos:

PAQUETE TURÍSTICO

Nombre del Paquete: _____

Categoría del Producto: Naturaleza__Cultura __Recreación_

Segmento del mercado:

Municipio ó municipios incluidos:

Duración: _____ días _____ noches **No. pax:** _____

PROGRAMA

Breve Descripción:

Actividades (ver siguiente página: programa)

Comisión Operador Receptivo: _____% $ _____

Tarifa Neta Agencia de Viajes Minorista: $_____

Incluye:

No incluye:

COSTOS	Subtotal	Pax
Transporte:		
Alojamiento:		
A&B:		
Refrigerios:		
Entradas:		
Guianza:		
Seguros		
Otros:		
Totales	$	$

Vigencia:

Operación turística:

Empresa:_____ **Responsable:** _____

Teléfonos:_____ **Fax:** _____ **Ciudad:** _____

E-mail: _____ **RNT:** _____

PAQUETE TURÍSTICO

Nombre del Paquete: _____

Categoría del Producto: Naturaleza__Cultura __Recreación_

Segmento del mercado:

Municipio ó municipios incluidos:

Duración: _____ días _____ noches No. pax: _____

PROGRAMA

Breve Descripción:

Actividades (ver siguiente página: programa)

Comisión Operador Receptivo: _____% $ _____

Tarifa Neta Agencia de Viajes Minorista: $_____

Incluye:

No incluye:

COSTOS	Subtotal	Pax
Transporte:		
Alojamiento:		
A&B:		
Refrigerios:		
Entradas:		
Guianza:		
Seguros		
Otros:		
Totales	$	$

Vigencia:

Operación turística:

Empresa:_____ Responsable: _____

Teléfonos:_____ Fax: _____ Ciudad: _____

E-mail: _____ RNT: _____

Producto/Servicio: Alojamiento, Agencias de Viajes, Transporte, Gastronomía, Eventos	
CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO	**PROGRAMACIÓN**
	Día 1.
ATRACTIVOS:	
	Día 2.
SERVICIOS	
Alojamiento:	**Día 3.**
A&B:	
Guianza:	
Transporte:	
Entretenimiento:	
Agencia de Viajes:	

Producto/Servicio: Alojamiento, Agencias de Viajes, Transporte, Gastronomía, Eventos	
CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO	**PROGRAMACIÓN**
	Día 4.
ATRACTIVOS:	
	Día 5.
SERVICIOS	
Alojamiento:	**Día 6.**
A&B:	
Guianza:	
Transporte:	
Entretenimiento:	
Agencia de Viajes:	

Producto/Servicio: Alojamiento, Agencias de Viajes, Transporte, Gastronomía, Eventos	
CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO	**PROGRAMACIÓN**
	Día 7.
ATRACTIVOS:	
	Día 8.
SERVICIOS	
Alojamiento:	**Día 9.**
A&B:	
Guianza:	
Transporte:	**Día 10.**
Entretenimiento:	
Agencia de Viajes:	

Producto/Servicio: Alojamiento, Agencias de Viajes, Transporte, Gastronomía, Eventos	
CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO	**PROGRAMACIÓN**
	Día 1.
	Día 2.
	Día 3.
	Día 4.
ATRACTIVOS:	Día 5.
	Día 6.
	Día 7.
	Día 8.
	Día 9.
SERVICIOS	Día 10.
Alojamiento:	
A&B:	
Guianza:	
Transporte:	
Entretenimiento:	
Agencia de Viajes:	

COSTEO DE PAQUETES

DETERMINACIÓN DEL COSTO DE LOS PAQUETES

CALCULE LOS COSTOS VARIABLES TOTALES POR PERSONA (PAX).

Sume los costos por persona de todos los componentes del paquete a las tarifas cotizadas por sus proveedores; comisiones y descuentos (comidas, alojamiento, atracciones, actividades).

CALCULE LOS COSTOS FIJOS POR PAX.

Sume todos los costos fijos: aquellos que no cambian al variar el número de personas (acompañamiento, guianza, transporte).

DETERMINACIÓN DEL COSTO Continuación

CALCULE LA PARTICIPACIÓN DEL PAQUETE EN EL MERCADEO Y LOS COSTOS INDIRECTOS POR PERSONA.

Sume los costos generales e indirectos correspondientes a cada paquete.

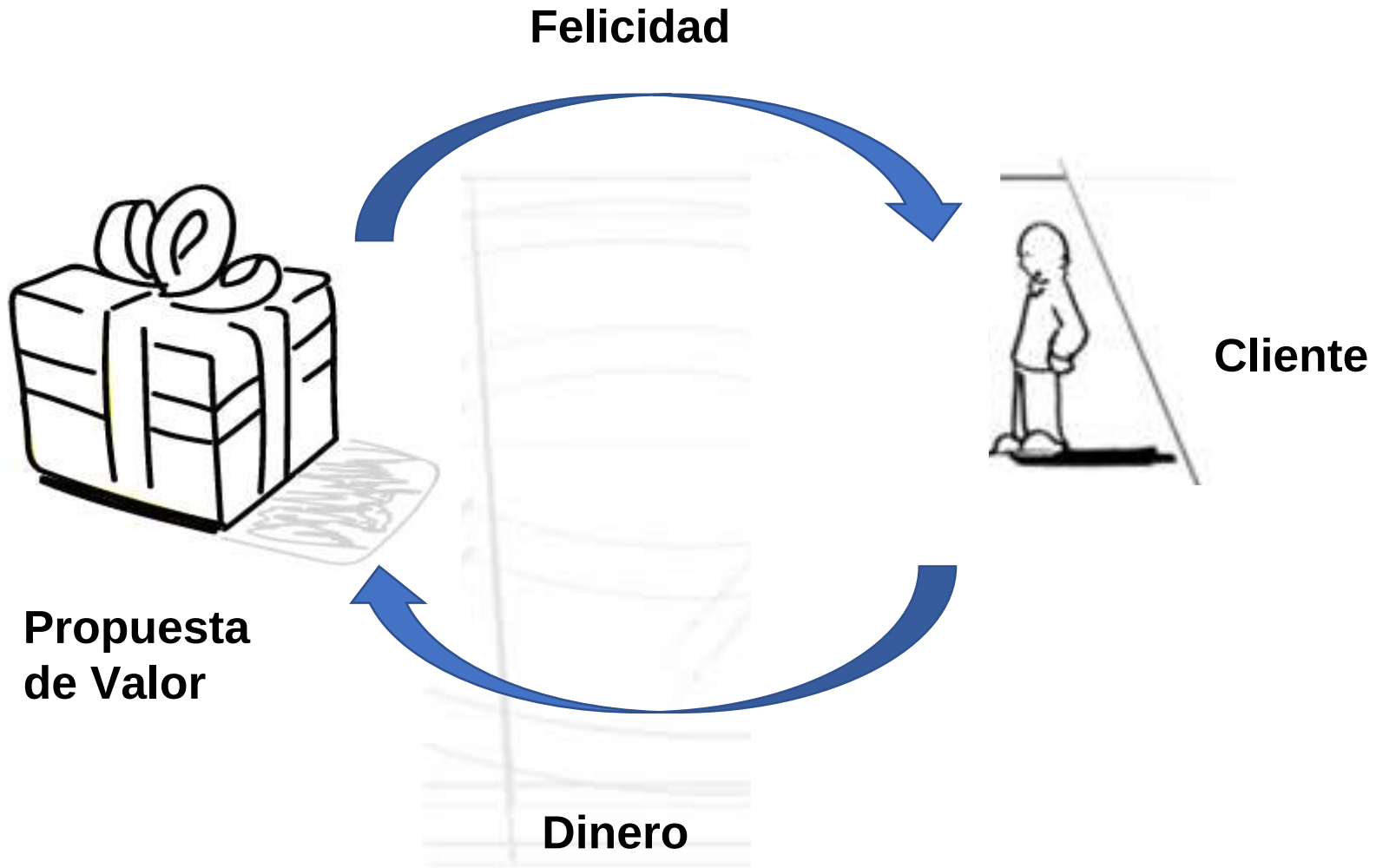
CALCULE EL COSTO TOTAL DEL PAQUETE POR PERSONA. Sume todos los costos por PAX ya calculados.

AGREGUE EL VALOR DE COMISIONES Y GANANCIAS.

DETERMINE EL PRECIO DE VENTA PARA LOS DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO. INCLUYA COMISIONES, DESCUENTOS, IMPUESTOS, COSTOS ADMINISTRATIVOS, OTROS.

DISEÑE UN PROGRAMA DE MERCADEO Y PROMOCIÓN. PRESUPUÉSTELO.

Modelo de Negocio



https://emprendimiento.ec/wp-content/uploads/2020/10/propuestas-de-valor.jpg



https://goo.gl/images/3crF7Z

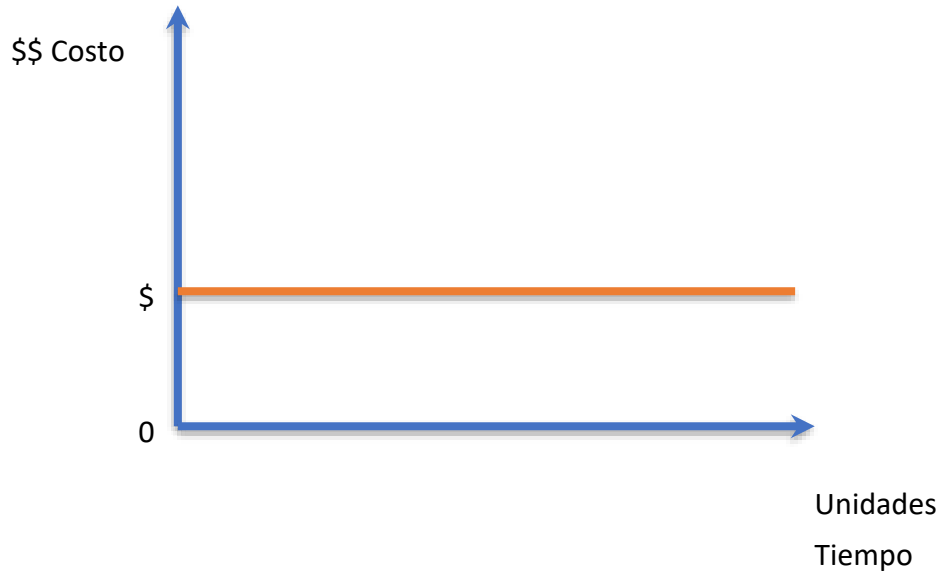
Costos Iniciales

Costos necesarios para iniciar cualquier proyecto.



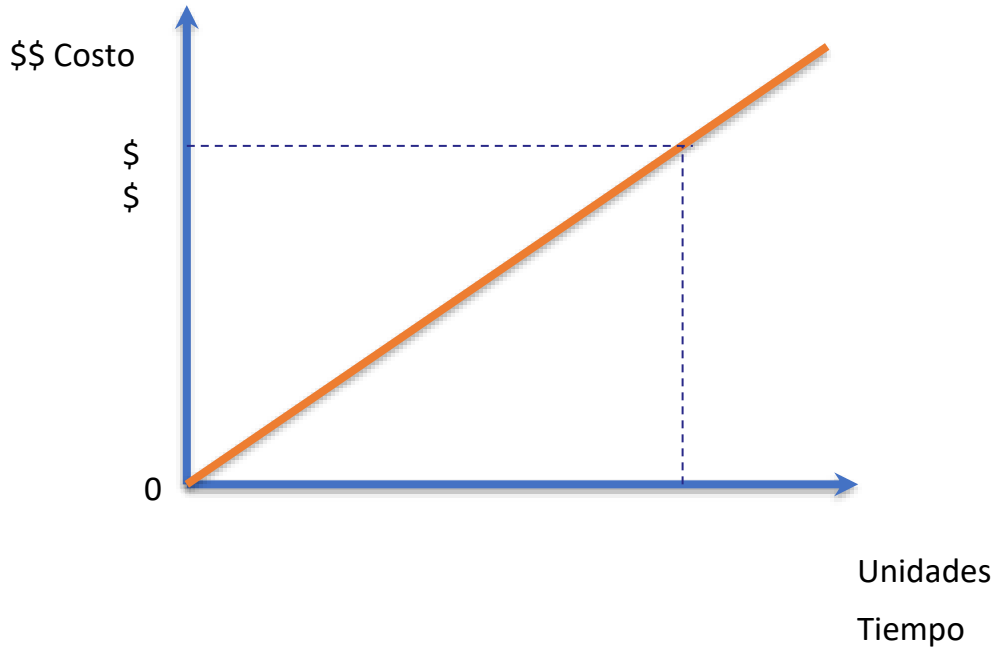
Costos Fijos

Costos **independientes** de las unidades que venda la empresa que tienen que cubrir



Costos Variables

Costos **dependientes** de las unidades que venda la empresa



Costos Unitario

Costos
divididos en
UNA (1) unidad
de medida

$80.000 por persona

Ejemplo Tour (4 horas)

Tour Museo del oro con Monserrate

- Transporte
- Guía
- Gastos del tour
- Entradas
- Administrativos
- Seguro



La agencia decide lo que quiere incluir y cuando lo quiere incluir

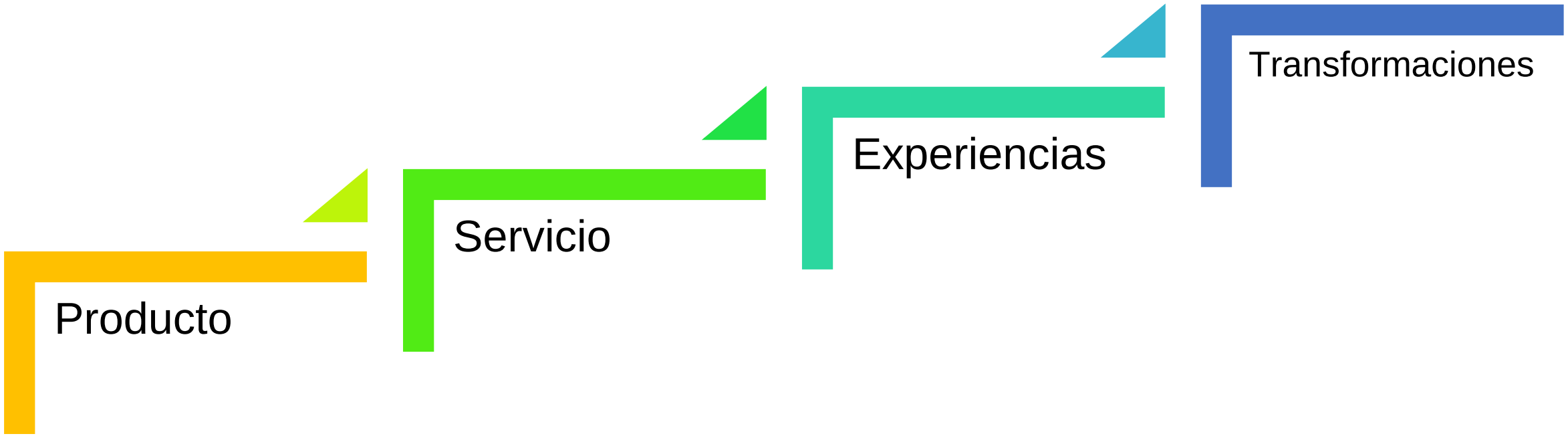
¿Cómo coloco el precio normalmente?

1. Basado en Competencia

2. Basado en fórmula (costos + utilidad)

3. Basado en Valor (fórmula + Prima de Valor)

Subir el nivel de la experiencia



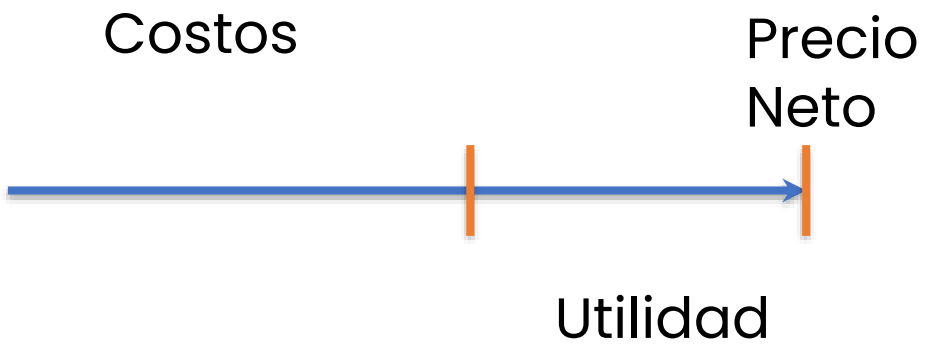
1. Menos competencia
2. Mejor Valorados

Precios netos
vs.
Precios
comisionables



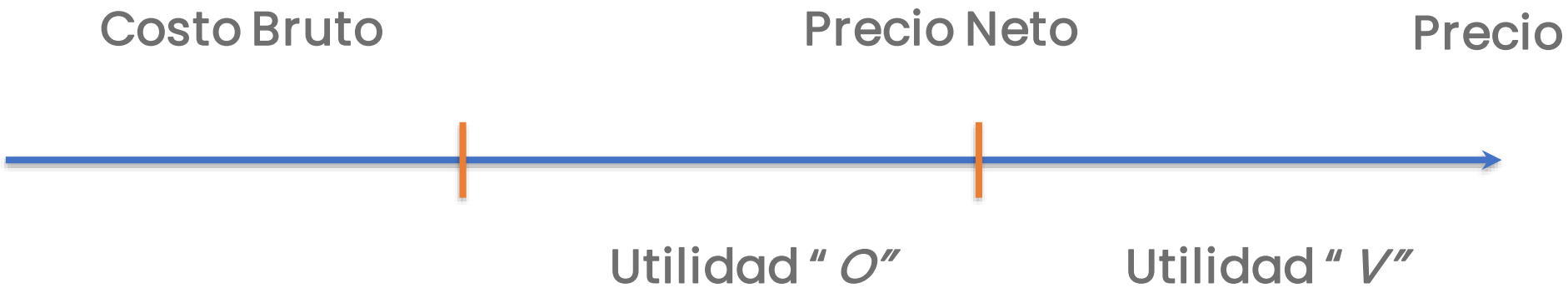
https://goo.gl/images/Ng9a1e

Precio neto



Costos fijos o variables (totales)
que suman una utilidad esperada

Precio Comisionable



Ejemplo:

El conductor calcula sus costos brutos en $30.000 para el aeropuerto. Le cobra a la empresa $35.000 y la empresa cobra al usuario/cliente $50.000 por el servicio

Ejemplo de diferencia

Entrada a un parque
X

Costo Neto: $15.000

Costo Comisionable:
$20.000

Comisión p/p
($15.000)

Costo Comisionable:
$100.000

Costo Neto: $85.000

Transporte Aeropuerto
(al 10%)

Costo Comisionable:
$40.000

Costo Neto: $_ _ _ _ _ _ _

La fórmula!

Elementos paquete turístico

1. Gastos (Ingredientes)
2. Administrativos
3. Ventas
4. Financieros (Impuestos directos)

¿Utilidad?

Ventas a terceros

La fórmula

Costos de producto

Costos administrativos

Costos de Ventas interno

Costos de Financieros

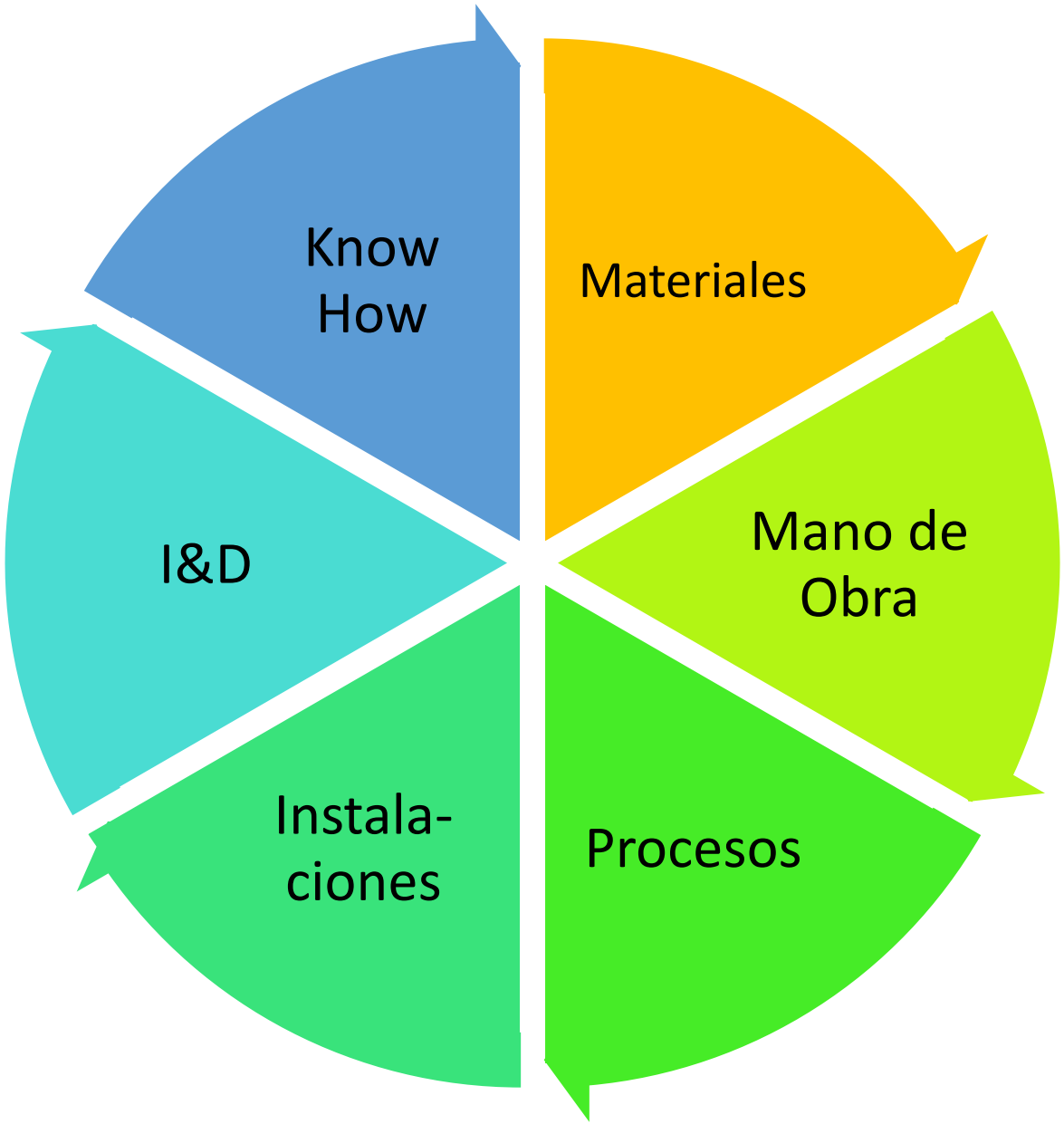
Utilidad

PRECIO NETO

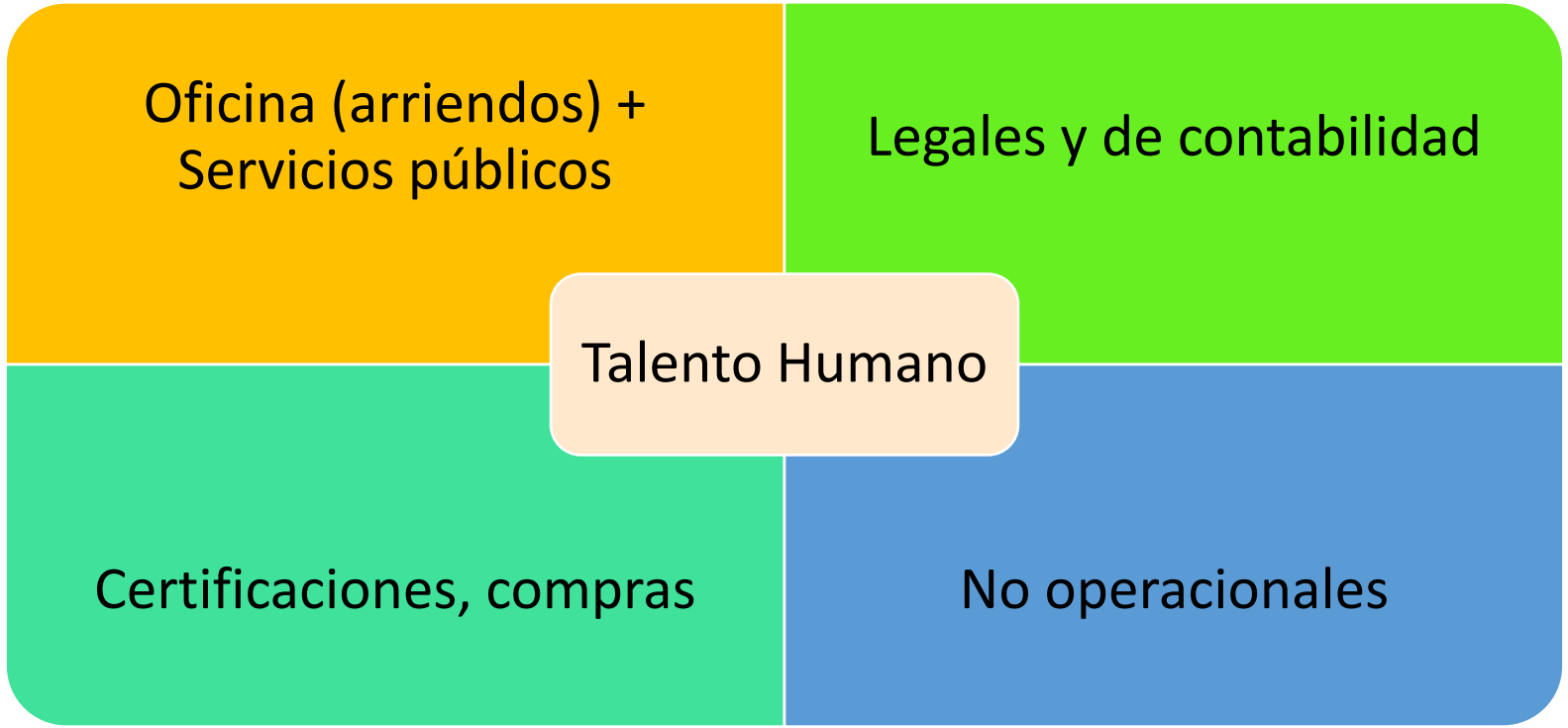
Costos de Ventas tercero

PRECIO COMISIONABLE

Costos de producto



Costos administrativos



Costos de Ventas



Costo Financiero

- Transacciones electrónicas
- Bancos (fees)
- Impuestos no descontables
- Tasa de oportunidad (i)

Costos de Ventas Terceros

¿Cuánto vale una venta?

Costeo de experiencias

Elementos a tener en cuenta



Costos de mano de Obra (tiempo)

Costos de materiales

Costos de maquinas

Costos de Instalaciones

Know how - experiencia

Ejemplo Taller



Costos de mano de Obra (tiempo)	$4M / 160 h * 2 horas
Costos de materiales (p)	$10.000 p
Costos de maquinas	$300k / 365d / 24h * 2 horas
Costos de Instalaciones	$3M / 30d / 24h * 2 horas
Know how - experiencia	$40.000

¿cuánto vale para 5 personas?

Manejo de Proveedores

Tips

Tablas
Acuerdos C.
Capacidades
Asistentes

Ejemplo Tablas

destino/capacidad	3	6	10
aeropuerto in	$ 30.000	$ 60.000	$ 90.000
aeropuerto out	$ 45.000	$ 75.000	$ 105.000
Zipaquirá	$ 165.000	$ 195.000	$ 225.000
Guatavita	$ 285.000	$ 315.000	$ 345.000
Andres CR (4 horas)	$ 285.000	$ 315.000	$ 345.000
por hora ciudad	$ 30.000	$ 30.000	$ 30.000
por hora fuera ciudad	$ 45.000	$ 45.000	$ 45.000

Transporte

Ejemplo Tablas

Personas - Horas	3	4	5	6	7	8	9	10
1	$ 80.000	$ 87.000	$ 94.000	$ 101.000	$ 108.000	$ 115.000	$ 122.000	$ 129.000
2	$ 80.000	$ 87.000	$ 94.000	$ 101.000	$ 108.000	$ 115.000	$ 122.000	$ 129.000
3	$ 85.000	$ 92.000	$ 99.000	$ 106.000	$ 113.000	$ 120.000	$ 127.000	$ 134.000
4	$ 85.000	$ 92.000	$ 99.000	$ 106.000	$ 113.000	$ 120.000	$ 127.000	$ 134.000
5	$ 90.000	$ 97.000	$ 104.000	$ 111.000	$ 118.000	$ 125.000	$ 132.000	$ 139.000
6	$ 90.000	$ 97.000	$ 104.000	$ 111.000	$ 118.000	$ 125.000	$ 132.000	$ 139.000
7	$ 95.000	$ 102.000	$ 109.000	$ 116.000	$ 123.000	$ 130.000	$ 137.000	$ 144.000
8	$ 95.000	$ 102.000	$ 109.000	$ 116.000	$ 123.000	$ 130.000	$ 137.000	$ 144.000
9	$ 100.000	$ 107.000	$ 114.000	$ 121.000	$ 128.000	$ 135.000	$ 142.000	$ 149.000
10	$ 100.000	$ 107.000	$ 114.000	$ 121.000	$ 128.000	$ 135.000	$ 142.000	$ 149.000
11	$ 105.000	$ 112.000	$ 119.000	$ 126.000	$ 133.000	$ 140.000	$ 147.000	$ 154.000
12	$ 105.000	$ 112.000	$ 119.000	$ 126.000	$ 133.000	$ 140.000	$ 147.000	$ 154.000

Guías

Ejemplo Tablas

	3 horas	4 horas	5 horas
1	$ 70.000	$ 90.000	$ 110.000
2	$ 80.000	$ 100.000	$ 120.000
3	$ 90.000	$ 110.000	$ 130.000
4	$ 100.000	$ 120.000	$ 140.000
5	$ 110.000	$ 130.000	$ 150.000
6	$ 120.000	$ 140.000	$ 160.000

Experiencias

Ejemplo Tablas

	3 horas	4 horas	5 horas
1	$ 70.000	$ 90.000	$ 110.000
2	$ 70.000	$ 90.000	$ 110.000
3	$ 70.000	$ 90.000	$ 110.000
4	$ 80.000	$ 100.000	$ 120.000
5	$ 80.000	$ 100.000	$ 120.000
6	$ 80.000	$ 100.000	$ 120.000

Experiencias Conocimiento

Ejemplo Tablas

		Temporada alta	**Temporada Baja**
Con desayuno	**Sencilla**	$ 400.000	$ 320.000
	Twin	$ 440.000	$ 352.000
	Triple	$ 480.000	$ 384.000
Romántico	**Sencilla**	$ 520.000	$ 416.000
	Twin	$ 560.000	$ 448.000
	Triple	$ 600.000	$ 480.000

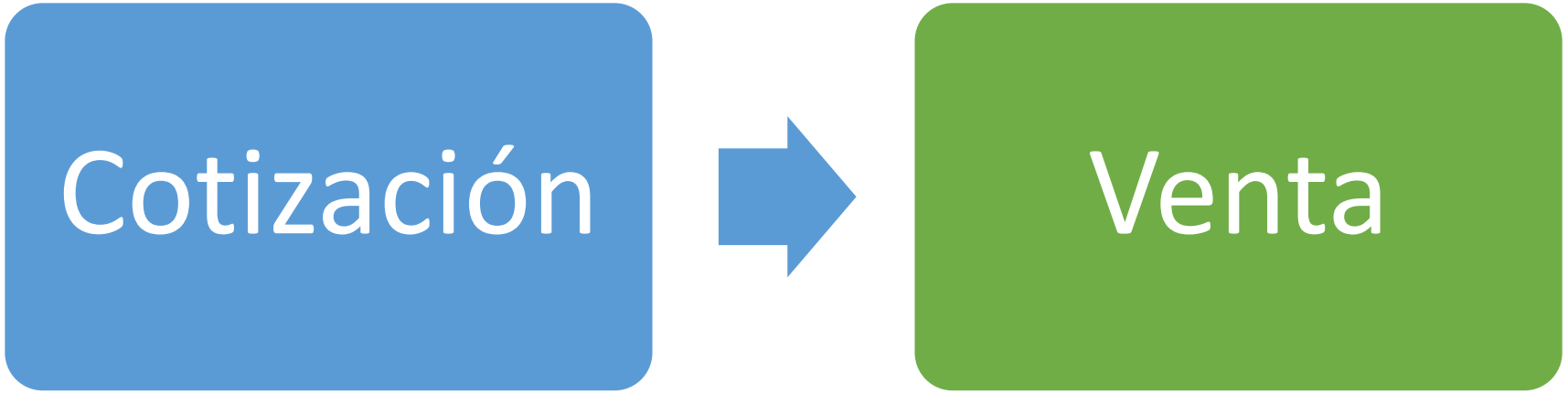
Hoteles

Problema común



¿Paridad de Precios?

Momentos de verdad

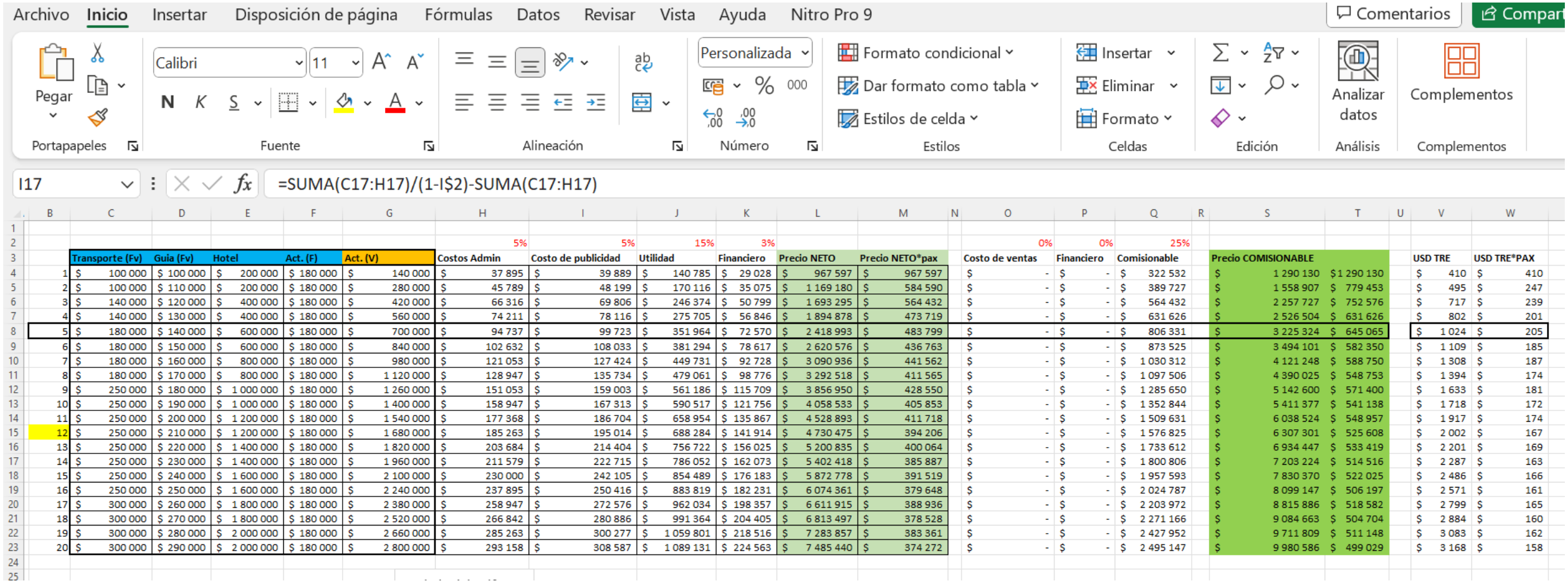


FORMATO MINUTO A MINUTO DISEÑO DE PAQUETE

Nombre del Plan	**Biodiversidad EnContraste**						
Duración en # de días y noches	**10 días y 9 noches**						
Vigencia	**Enero 30 de 2024**						
Tipo de Operación	**Diario**						
Perfil del turista							
Mercado Objetivo		**Mercado Contingente**		**Mercado Alterno**			
Producto							
Elaborado por:							
DIA 1			**Se utiliza por lo general solo para traslados**				
HORA	**LUGAR(ES)**	**ACTIVIDAD**	**I / NI/OPL**	**PROVEEDOR**	**COSTO X PX**	**MARK UP**	**PVP**
05:00 h - 06:00 h							
06:01 h. - 07:00 h							
07:01 h - 08:00 h							
08:01 h. - 09:00 h							
08:30 h. - 09:30 h							
09:30 a 11:30 am							
11:30 h. - 13:30 h.							
13:30 h. - 13:45 m.							
14:01 h. - 15:00 h.							
17:00	**Aerop. El Dorado**	Transfer In	Incluido	Solutions in Colombia	60000		
17:01 h. - 18:00 h.	**Aerop. El Dorado**	Guía (recepción en aeropuerto)	Incluido	Pepito Perez	100000		
18:00 h. - 19:00 h.	**Cali**	Alojamiento	Incluido	Marriot	450000		
19:01 h. - 20:00 h.		Cena	Incluido		50000		
DIA 2							
HORA	**LUGAR(ES)**	**ACTIVIDAD**	**I / NI/OPL**	**PROVEEDOR**	**COSTO X PX**	**MARK UP**	**PVP**
05:00 h - 06:00 h							
06:01 h. - 07:00 h							
07:01 h - 08:00 h							
08:01 h. - 09:00 h							
08:30 h. - 09:30 h							
09:30 a 11:30 am							
11:30 h. - 13:30 h.							
13:30 h. - 13:45 m.							
14:01 h. - 15:00 h.							
15:01 h. - 16:00 h.							
17:01 h. - 18:00 h.							
18:00 h. - 19:00 h.							
19:01 h. - 20:00 h.							
DIA 3							
HORA	**LUGAR(ES)**	**ACTIVIDAD**	**I / NI/OPL**	**PROVEEDOR**	**COSTO X PX**	**MARK UP**	**PVP**
05:00 h - 06:00 h							
06:01 h. - 07:00 h							
07:01 h - 08:00 h							
08:01 h. - 09:00 h							
08:30 h. - 09:30 h							
09:30 a 11:30 am							
11:30 h. - 13:30 h.							
13:30 h. - 13:45 m.							
14:01 h. - 15:00 h.							
15:01 h. - 16:00 h.							
17:01 h. - 18:00 h.							
18:00 h. - 19:00 h.							
19:01 h. - 20:00 h.							

Hoja de trabajo costeo No.1

FORMATO PARA COSTEO DE PAQUETES TURÍSTICOS (Pax)	
COSTOS FIJOS	
Transporte	**$**
Guías	
Coordinadores	
Subtotal Costos Fijos	**$**
COSTOS VARIABLES	
Alojamiento (precios por Pax)	**$**
Sensilla	
Doble	
Triple	
Junior Suite / Suite	
Alimentación según plan contemplado	
10% de servicio	
Impuestos	
Tours, espectáculos, visitas, deportes, otros	
Subtotal Costos Variables	**$**
TOTAL COSTO POR PERSONA (Cto F+Cto V)	**$**
Utilidad o beneficio (Dividido .90, .80, .70)	**$**
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (PVP)	**$**



Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Nitro Pro 9

Comentarios Compart

Pegar Portapapeles | Calibri 11 Fuente | Alineación | Personalizada Número | Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Estilos | Insertar Eliminar Formato Celdas | Edición | Analizar datos Análisis | Complementos Complementos

I17 =SUMA(C17:H17)/(1-I$2)-SUMA(C17:H17)

							5%	5%	15%	3%			0%	0%	25%						
	Transporte (Fv)	Guia (Fv)	Hotel	Act. (F)	Act. (V)	Costos Admin	Costo de publicidad	Utilidad	Financiero	Precio NETO	Precio NETO*pax	Costo de ventas	Financiero	Comisionable	Precio COMISIONABLE		USD TRE	USD TRE*PAX
1	$ 100 000	$ 100 000	$ 200 000	$ 180 000	$ 140 000	$ 37 895	$ 39 889	$ 140 785	$ 29 028	$ 967 597	$ 967 597	$ -	$ -	$ 322 532	$ 1 290 130	$1 290 130	$ 410	$ 410
2	$ 100 000	$ 110 000	$ 200 000	$ 180 000	$ 280 000	$ 45 789	$ 48 199	$ 170 116	$ 35 075	$ 1 169 180	$ 584 590	$ -	$ -	$ 389 727	$ 1 558 907	$ 779 453	$ 495	$ 247
3	$ 140 000	$ 120 000	$ 400 000	$ 180 000	$ 420 000	$ 66 316	$ 69 806	$ 246 374	$ 50 799	$ 1 693 295	$ 564 432	$ -	$ -	$ 564 432	$ 2 257 727	$ 752 576	$ 717	$ 239
4	$ 140 000	$ 130 000	$ 400 000	$ 180 000	$ 560 000	$ 74 211	$ 78 116	$ 275 705	$ 56 846	$ 1 894 878	$ 473 719	$ -	$ -	$ 631 626	$ 2 526 504	$ 631 626	$ 802	$ 201
5	$ 180 000	$ 140 000	$ 600 000	$ 180 000	$ 700 000	$ 94 737	$ 99 723	$ 351 964	$ 72 570	$ 2 418 993	$ 483 799	$ -	$ -	$ 806 331	$ 3 225 324	$ 645 065	$ 1 024	$ 205
6	$ 180 000	$ 150 000	$ 600 000	$ 180 000	$ 840 000	$ 102 632	$ 108 033	$ 381 294	$ 78 617	$ 2 620 576	$ 436 763	$ -	$ -	$ 873 525	$ 3 494 101	$ 582 350	$ 1 109	$ 185
7	$ 180 000	$ 160 000	$ 800 000	$ 180 000	$ 980 000	$ 121 053	$ 127 424	$ 449 731	$ 92 728	$ 3 090 936	$ 441 562	$ -	$ -	$ 1 030 312	$ 4 121 248	$ 588 750	$ 1 308	$ 187
8	$ 180 000	$ 170 000	$ 800 000	$ 180 000	$ 1 120 000	$ 128 947	$ 135 734	$ 479 061	$ 98 776	$ 3 292 518	$ 411 565	$ -	$ -	$ 1 097 506	$ 4 390 025	$ 548 753	$ 1 394	$ 174
9	$ 250 000	$ 180 000	$ 1 000 000	$ 180 000	$ 1 260 000	$ 151 053	$ 159 003	$ 561 186	$ 115 709	$ 3 856 950	$ 428 550	$ -	$ -	$ 1 285 650	$ 5 142 600	$ 571 400	$ 1 633	$ 181
10	$ 250 000	$ 190 000	$ 1 000 000	$ 180 000	$ 1 400 000	$ 158 947	$ 167 313	$ 590 517	$ 121 756	$ 4 058 533	$ 405 853	$ -	$ -	$ 1 352 844	$ 5 411 377	$ 541 138	$ 1 718	$ 172
11	$ 250 000	$ 200 000	$ 1 200 000	$ 180 000	$ 1 540 000	$ 177 368	$ 186 704	$ 658 954	$ 135 867	$ 4 528 893	$ 411 718	$ -	$ -	$ 1 509 631	$ 6 038 524	$ 548 957	$ 1 917	$ 174
12	$ 250 000	$ 210 000	$ 1 200 000	$ 180 000	$ 1 680 000	$ 185 263	$ 195 014	$ 688 284	$ 141 914	$ 4 730 475	$ 394 206	$ -	$ -	$ 1 576 825	$ 6 307 301	$ 525 608	$ 2 002	$ 167
13	$ 250 000	$ 220 000	$ 1 400 000	$ 180 000	$ 1 820 000	$ 203 684	$ 214 404	$ 756 722	$ 156 025	$ 5 200 835	$ 400 064	$ -	$ -	$ 1 733 612	$ 6 934 447	$ 533 419	$ 2 201	$ 169
14	$ 250 000	$ 230 000	$ 1 400 000	$ 180 000	$ 1 960 000	$ 211 579	$ 222 715	$ 786 052	$ 162 073	$ 5 402 418	$ 385 887	$ -	$ -	$ 1 800 806	$ 7 203 224	$ 514 516	$ 2 287	$ 163
15	$ 250 000	$ 240 000	$ 1 600 000	$ 180 000	$ 2 100 000	$ 230 000	$ 242 105	$ 854 489	$ 176 183	$ 5 872 778	$ 391 519	$ -	$ -	$ 1 957 593	$ 7 830 370	$ 522 025	$ 2 486	$ 166
16	$ 250 000	$ 250 000	$ 1 600 000	$ 180 000	$ 2 240 000	$ 237 895	$ 250 416	$ 883 819	$ 182 231	$ 6 074 361	$ 379 648	$ -	$ -	$ 2 024 787	$ 8 099 147	$ 506 197	$ 2 571	$ 161
17	$ 300 000	$ 260 000	$ 1 800 000	$ 180 000	$ 2 380 000	$ 258 947	$ 272 576	$ 962 034	$ 198 357	$ 6 611 915	$ 388 936	$ -	$ -	$ 2 203 972	$ 8 815 886	$ 518 582	$ 2 799	$ 165
18	$ 300 000	$ 270 000	$ 1 800 000	$ 180 000	$ 2 520 000	$ 266 842	$ 280 886	$ 991 364	$ 204 405	$ 6 813 497	$ 378 528	$ -	$ -	$ 2 271 166	$ 9 084 663	$ 504 704	$ 2 884	$ 160
19	$ 300 000	$ 280 000	$ 2 000 000	$ 180 000	$ 2 660 000	$ 285 263	$ 300 277	$ 1 059 801	$ 218 516	$ 7 283 857	$ 383 361	$ -	$ -	$ 2 427 952	$ 9 711 809	$ 511 148	$ 3 083	$ 162
20	$ 300 000	$ 290 000	$ 2 000 000	$ 180 000	$ 2 800 000	$ 293 158	$ 308 587	$ 1 089 131	$ 224 563	$ 7 485 440	$ 374 272	$ -	$ -	$ 2 495 147	$ 9 980 586	$ 499 029	$ 3 168	$ 158



CONCLUSIONES


MUCHAS GRACIAS!!!



Conferencista:

César Augusto Ángel Valencia

Correo: Cesar.angel@naturetrips.co

LinkedIn: cesarangelvalencia

Twitter: @cesarangeltrips

Instagram: @cesarangeltrips

Facebook: @cesarangeltrips

www.naturetrips.co