

# MODULO DE MERCADEO TURISTICO

Presentado por:

**Sr. Nayib Amín Díaz Jaimes**

**Administrador de Empresas**

Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá)

**Master En Desarrollo de Nuevos Destinos Turísticos**

Universidad las Palmas (Islas Canarias -España)



MinAgricultura  
Misión de Agricultura  
y Desarrollo Rural

100 AÑOS

PROSPERIDAD  
PARA TODOS



incoder  
instituto colombiano  
de desarrollo rural



UTADEO  
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
SECCIONAL DEL CARIBE - CARTAGENA



Plan de Acción Integral  
para la Administración, Universidad del Rosario y San Bernardo

[www.observatorioirsb.com](http://www.observatorioirsb.com)

# TURISMO

Definición según la OMT :

- El Turismo es un fenómeno social cultural y económico, relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos Personales o profesionales.
- El Turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural, en la población local y en los visitantes propiamente dicho.
- El turismo genera directa e indirectamente un impacto económico en los lugares visitados fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse.

# MERCADEO

## MERCADO:

- Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de los productos y servicios y se determinan los precios.

## MERCADEO:

- Es todo lo que se haga para promover un producto o servicio desde el momento en que se concibe la idea hasta el momento que se empieza a adquirir el producto o servicio.



MinAgricultura  
Misión de Agricultura  
y Desarrollo Rural

100 AÑOS

PROSPERIDAD  
PARA TODOS



incoder  
instituto colombiano  
de desarrollo rural



UTADCO  
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
SECCIONAL DEL CARIBE - CARTAGENA



Plan de Acción Integral  
para la Administración Territorial de los Archipiélagos  
Islas del Rosario y San Bernardo

[www.observatorioirsb.com](http://www.observatorioirsb.com)

# SOSTENIBILIDAD

Definición Sostenible:

- Calidad de sostenible, especialmente las características del desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de futuras generaciones.

# TURISMO SOSTENIBLE

Definición :

- Son Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, además de los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitante.
- La relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

# MERCADEO TURISTICO

Definición :

- Es la sinergia entre la oferta y la demanda de los bienes y servicios turísticos.
- Es la promoción con un fin comercial de empresas dedicadas al turismo y abarca un mundo muy amplio dentro de éste: alojamiento, agencias de viajes, transporte, espectáculo, restaurantes, guías, traductores, tours, parques, museos, etc. Sin contar instituciones públicas que difunden y fomentan un destino turístico.

# LEY DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Definición :

- **la demanda turística:** Es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes.
- la demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado. por ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de turista
- **la oferta turística:** En cambio, es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado



MinAgricultura  
Misión de Agricultura  
y Desarrollo Rural

100 AÑOS

PROSPERIDAD  
PARA TODOS



Plan de Acción Integral  
para la Administración, Sostenibilidad del Archipiélago  
Islas del Rosario y San Bernardo

[www.observatorioirsb.com](http://www.observatorioirsb.com)

# PLAN DE MERCADEO

El plan de mercadeo se basa en la investigación de los diferentes factores que influyen en su producto, negocio o empresa. Para desarrollar un plan de mercadeo debe manejar los siguientes puntos:

1. Descripción general: el cual se refiere a nombre del producto o empresa, descripción de lo que hace o va a hacer
2. Objetivo general y específico: Cual es el principal objetivo para cumplir con el plan de mercadeo a largo plazo, ¿Qué fue lo que hizo que usted desarrollara este plan? Unido a los objetivos específicos se pueden listar las tareas o acciones específicas que pueden cumplir con cada objetivo.



3. Análisis General: para esto existen varias metodologías a utilizar como son:

a. Análisis DOFA: es el análisis de las Fortalezas y Debilidades, y las Oportunidades y Amenazas. La idea final es que las fortalezas cubran las debilidades y las oportunidades cubran las amenazas.

b. Análisis de escenarios en el cual se desarrollan diferentes escenarios y se analizan que podría pasar si cambian diferentes variables.

c. 5 fuerzas de Porter en el cual se analiza las siguientes:

i. El poder de negociación de los consumidores

ii. El poder de negociación de los proveedores

iii. Amenaza de nuevos competidores

iv. La amenaza de productos sustitutos

v. Intensidad de la rivalidad de los competidores

El objetivo final de este análisis es saber en que punto se encuentra y tener en cuenta diferentes factores a la hora de desarrollar un plan.

4. Resumen del mercado: en este punto se hace un análisis del mercado objetivo con el cual va a llegar con su producto, se hace un análisis de necesidades y tendencias
5. Análisis de competencia: en el cual se listan y analizan los diferentes competidores con respecto a los productos, ventas anuales y clientes que manejan. El resultado de este análisis es tener una aproximación del valor del mercado en el cual se desenvuelve.
6. Análisis de entorno: evaluar los diferentes factores que influyen o pueden influir el producto es vital para tomar acciones tempranas. Aquí se listan todos los factores políticos, geográficos, de percepción, tendencias de mercado, moda, nuevos desarrollos, nuevas tecnologías, etc.
7. Mix de mercadeo: hace referencia a las 4P como es Producto, Precio, Plaza y Promoción, en este punto se desarrollan estrategias para manejar cada una de éstas variables.



MinAgricultura  
Ministerio de Agricultura  
y Desarrollo Rural

100 AÑOS

PROSPERIDAD  
PARA TODOS



incoder  
instituto colombiano  
de desarrollo rural



UTADCO  
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
SECCIONAL DEL CARIBE - CARTAGENA



Plan de Acción Integral  
para la Administración, Universidad del Caribe  
Islas del Rosario y San Bernardo

[www.observatorioirsb.com](http://www.observatorioirsb.com)

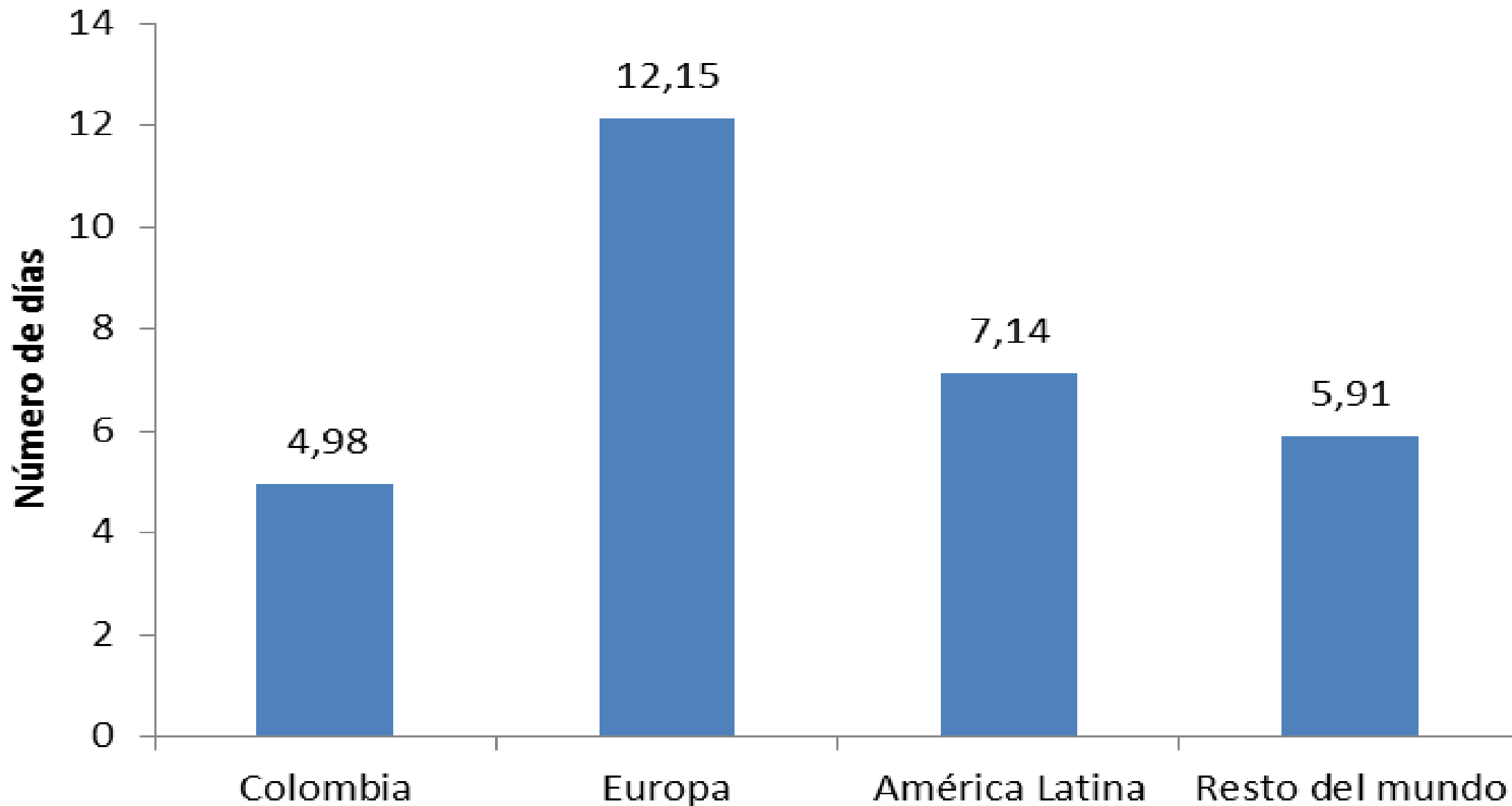
8. Análisis de factibilidad: por medio del presupuesto de ventas, estimado de gastos en mercadeo y el flujo de caja, se llegan a conclusiones como:

- a. Punto de equilibrio en unidades y en dinero
- b. Periodo en que se recupera la inversión
- c. Tasa interna de retorno de la inversión
- d. Necesidades de inversión externa

9. Análisis de riesgos: en todo plan de mercadeo se presentan diferentes riesgos, los cuales hay que detectar, calificar el impacto y definir los planes de acción o estrategias de mitigación.

10. Tareas y cronograma: durante todo el proceso anterior, muy seguramente, surgieron una cantidad de tareas a desarrollar. En este punto es donde se definen y organizan las tareas, se asignan las personas y recursos, y se definen los tiempos de ejecución.

- Según su lugar de procedencia, los visitantes europeos son los que están más días en la ciudad (Figura 5-10) seguido de otros países de América Latina (7,14 días) y del resto del mundo (5,91 días), lo que igualmente es lógico derivado de la distancia recorrida y el poder adquisitivo del turista según su procedencia. Los colombianos son los turistas que demoran menos tiempo en su viaje a Cartagena.



# Gracias



MinAgricultura  
Misión de Agricultura  
y Desarrollo Rural

100 AÑOS

PROSPERIDAD  
PARA TODOS



[www.observatorioirsb.com](http://www.observatorioirsb.com)