



# **ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL DESTINO TURISTICO**

**GUAYAQUIL, 14 JUNIO DE 2007**

Uso residentes

Gestión  
Pública del  
Espacio  
Turístico

Uso empresarios

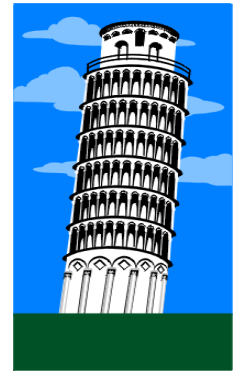
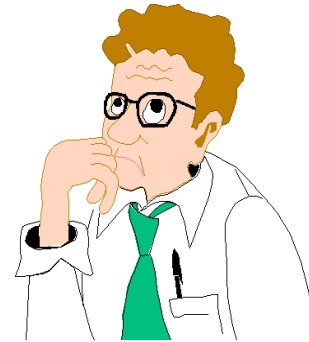
Uso turistas

MAS del 60% de los factores que aseguran la satisfacción del turista no dependen de la empresa.

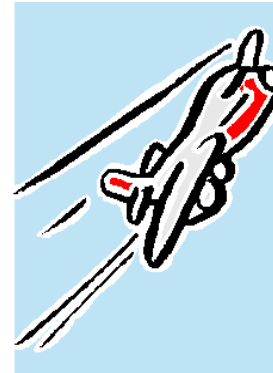
*( Calidad del entorno, limpieza, seguridad, accesos, conservación y uso de los recursos, señalización, iluminación, información, etc. )*



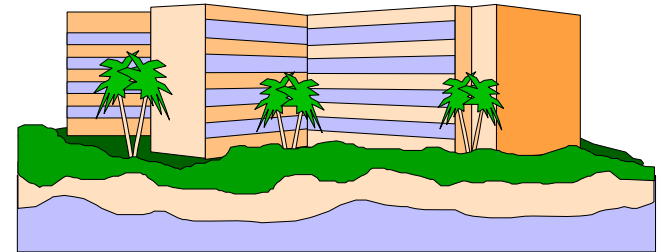
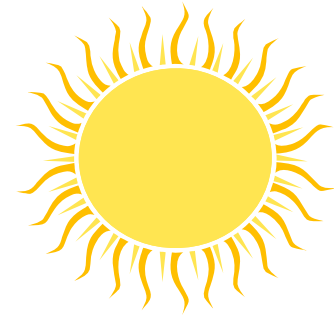
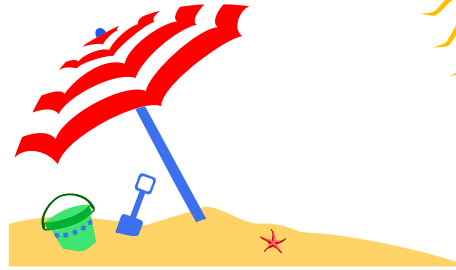
**¿QUÉ ES EL PRODUCTO?**



**CONJUNTO DE BIENES  
Y SERVICIOS QUE SATISFACEN  
LAS NECESIDADES  
Y MOTIVACIONES DE LOS  
TURISTAS**



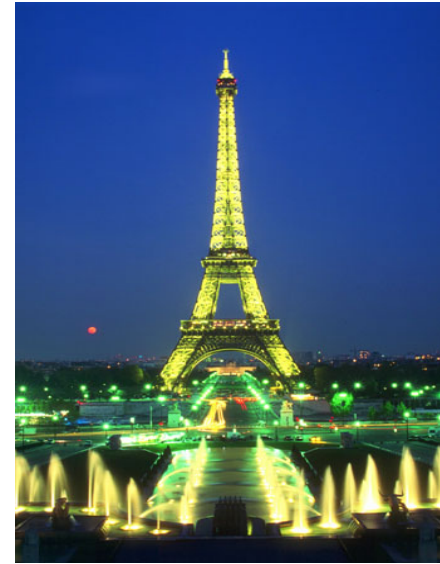
# SOL Y PLAYA



# TURISMO "ACTIVO"



# TURISMO CULTURAL Y URBANO

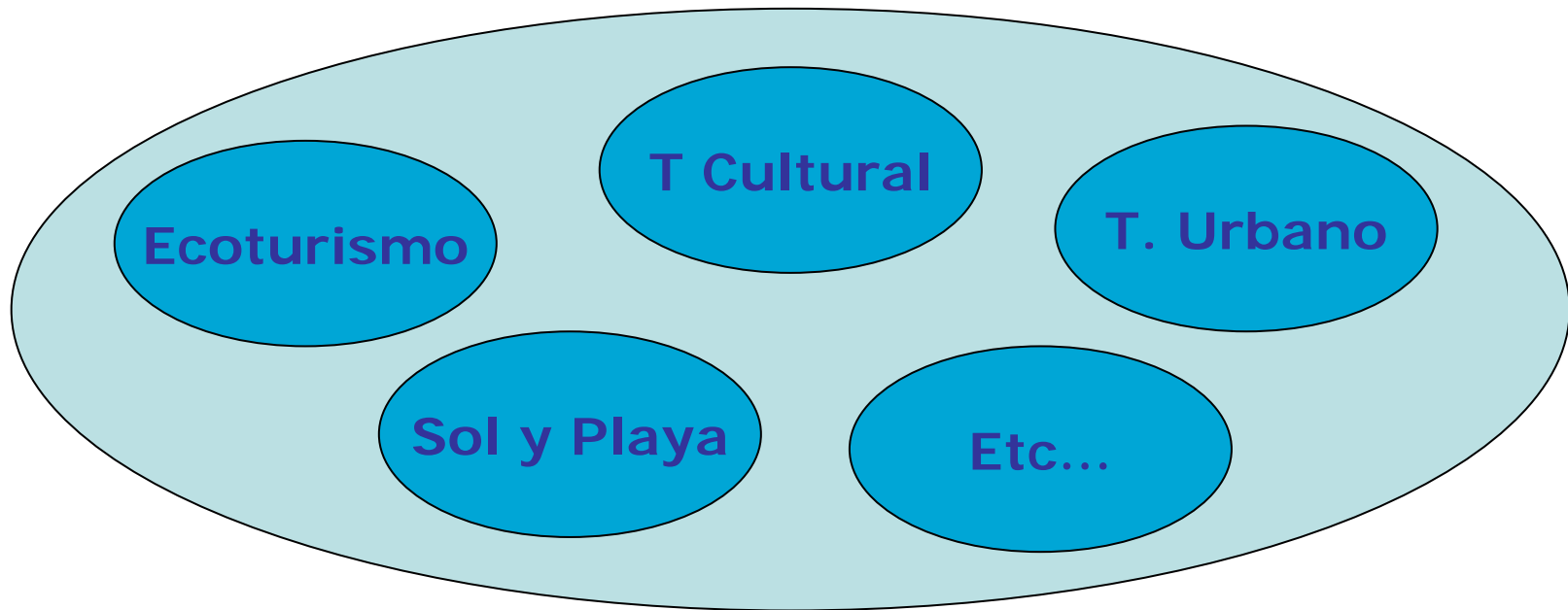


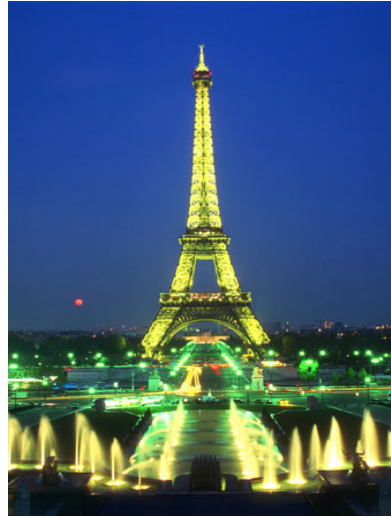


**¿QUÉ ES EL DESTINO?**



# DESTINO ES EL TERRITORIO SOBRE EL QUE SE ASIENTAN LOS PRODUCTOS

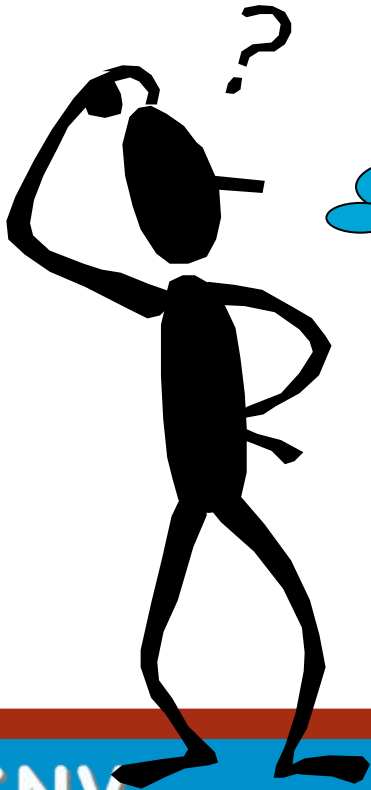




**SNV**

Connecting People's Capacities

**¿COMO SE ELIGE  
EL DESTINO?**





**NOTORIEDAD, IMAGEN DE MARCA**  
**EXPERIENCIAS**  
**ELEMENTOS ESPECTACULARES**



# LA MOTIVACION PREVALECE EN MUCHOS CASOS SOBRE EL LUGAR



# OFRECER VARIEDAD Y DIVERSIDAD DE POSIBILIDADES



**¿COMO SE ELIGE  
LA ACTIVIDAD?**



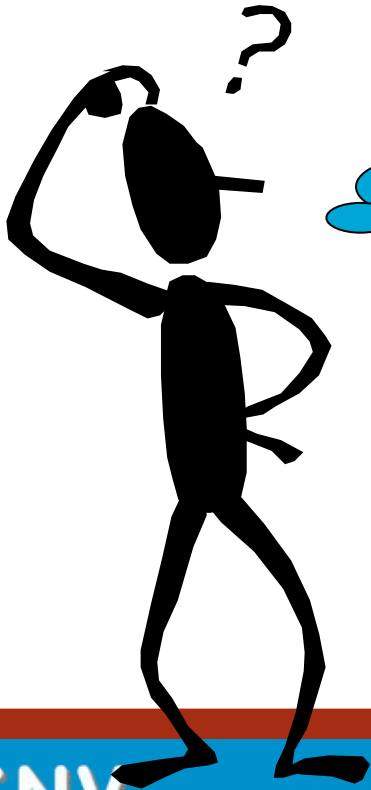




**NOTORIEDAD**  
**SINGULARIDAD**  
**ADAPTACIÓN A LA MOTIVACIÓN**

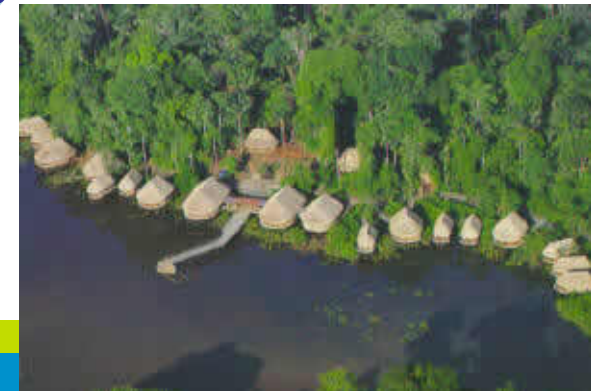
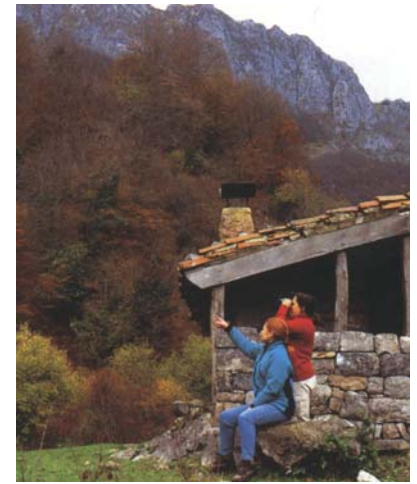


**¿COMO SE ELIGE  
LA EMPRESA?**

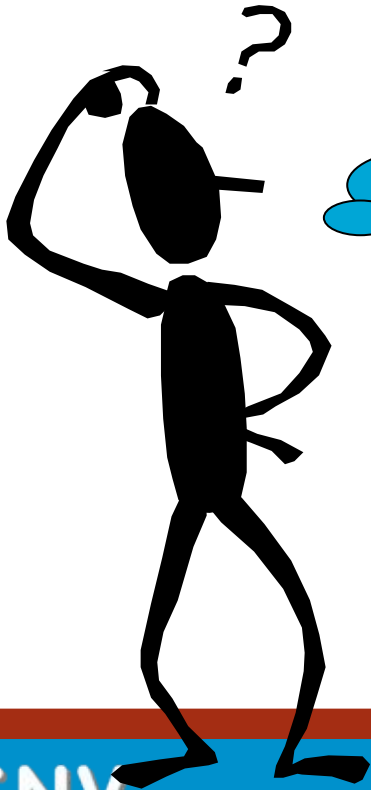




**RELACIÓN CALIDAD / PRECIO  
ADAPTACIÓN A NECESIDADES  
Y PREFERENCIAS  
NOTORIEDAD EN ALGUN CASO**



**¿COMO SE CONSTRUYE  
EL DESTINO?**



# LA MATERIA PRIMA



# EL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL TERRITORIO

- Se debe diferenciar entre el patrimonio potencial del territorio (ATRATIVOS) y los RECURSOS TURISTICOS
- No todos los elementos patrimoniales son adecuados para el uso turístico
- Son necesarias tareas de adecuación (señalización, limpieza, interpretación) para convertir un elemento de patrimonio o atractivo) en recurso turístico
- Para formar parte del PRODUCTO, los atractivos deben estar en condiciones de ser utilizados como RECURSOS

**RECURSOS E  
INFRAESTRUCTURAS**

**PATRIMONIO Y  
RECURSOS:**  
Naturales  
Histórico Artísticos  
Folklóricos-etnográficos  
Realizaciones Técnicas  
Acontecimientos  
Programados.

**INFRAESTRUCTURAS:**  
Accesos  
Comunicaciones  
Saneamiento  
Recogida de Basuras  
Electrificación  
Equipamientos  
Servicios de Acogida  
Etc.

**OFERTA**

**SERVICIOS BÁSICOS:**  
Alojamiento  
Restaurantes  
Transporte  
Servicios Turísticos

**EQUIPAMIENTOS  
TURÍSTICOS**  
Museos  
Centros de  
Interpretación  
Rutas  
Talleres  
etc.

**SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**  
Bancos  
Gasolineras  
Cines  
Comercio  
Sanidad, Etc.

**PRODUCTOS**

**AGROTURISMO**

**TURISMO RURAL**

**TURISMO CULTURAL**

**SOL Y PLAYA**

**ECOTURISMO**

**TURISMO INDUSTRIAL**

**TURISMO URBANO**

**TURISMO DEPORTIVO**

**TURISMO RELIGIOSO**

**ETC.**

**PAQUETES**

**TEMPORADA ALTA**

**TEMPORADA BAJA**

**FLY & DRIVE**

**SHORT - BREAKS**

**CIRCUITO**

**ESTANCIAS TEMATICAS**  
PARA SEGMENTOS

**ABIERTOS**

**CERADOS**

**A LA CARTA**

**ETC**

**DEMANDA**

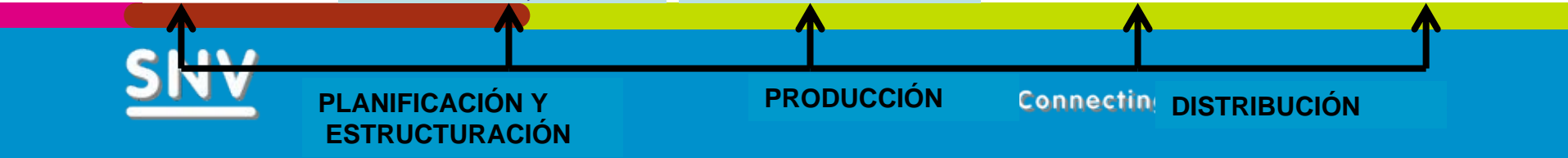
**SEGMENTO "A"**

**SEGMENTO "B"**

**SEGMENTO "C"**

**SEGMENTO "D"**

**ETC**



## 1. LEVANTAMIENTO CONJUNTO, PARTICIPATIVO DE LA INFORMACION Y CARACTERISTICAS DEL AREA:

### a)Territorio:

Hay infraestructuras adecuadas

Seguridad

Limpieza

Accesos

Servicios Básicos

Imagen general del área



## LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACION Y CARACTERISTICAS DEL AREA:

**b) Recursos Turísticos: Patrimonio Cultural y Natural: tipos y estado de conservación y uso**

**c) Oferta de Servicios: (Empresas)**

**Alojamiento**

**Gastronomía**

**Transporte**

**Servicios de ocio y entretenimiento**

**Artesanías, compras, otros**

**d) Presencia de las Administraciones:**

**e) Demanda Actual: Procedencia**

**Duración de la estadía**

**Lugares que visita**

**Volumen de gasto**

**Estructura del gasto**

**CONCLUSIONES: POTENCIAL DETECTADO.**

**RECURSOS**

**OFERTA**

**DEMANDA**

**ACCIONES NECESARIAS**

**RESPONSABLES**

**RECURSOS**

**OFERTA**

**DEMANDA**

## ORGANIZACIÓN DE MARKETING EN DESTINO: OMD

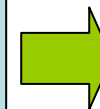
Empresas turísticas  
Emprendimientos turísticos  
Empresas/Emprendimientos no turísticas que prestan servicios a los turistas  
Otros sectores productivos beneficiarios del turismo  
Gobiernos seccionales (local y provincial)  
Juntas parroquiales  
Asociaciones  
Gestores de recursos (áreas protegidas, patrimonio cultural, capitanías de puerto)  
Universidades  
Otros

## CARTERA DE PRODUCTOS LOCALES (Actuales y Potenciales)

Agroturismo  
Ecoturismo  
Turismo Cultural  
Turismo de compras  
Turismo comunitario  
Etc.



## CANALES DE DISTRIBUCIÓN



## SEGMENTOS DE MERCADO



La gestión integrada de los productos turísticos locales permite mejorar el acceso a los mercados, obtener mayores rentabilidades y un reparto más equilibrado de los Beneficios, contribuyendo a la mejora de ingresos.



**SOCIALIZACION DE DIAGNOSTICOS Y FUENTES DE  
INFORMACION**

**CONSOLIDACION Y PERFECCIONAMIENTO DEL INVENTARIO Y  
EL ANALISIS DE LA DEMANDA ACTUAL**

**IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES PRIORITARIAS Y EN  
EJECUCION POR PARTE DE CADA ACTOR**

**IDENTIFICACIÓN DE SINERGIAS**

**IDENTIFICACION DE RECURSOS TECNICOS, HUMANOS Y  
ECONOMICOS**

**IDENTIFICACION DE COMPLEMENTARIEDAD ENTRE ACTORES**

**IDENTIFICACIÓN DE CONFLICTOS**

**SISTEMA DE COORDINACIÓN Y GESTION PUBLICO PRIVADO**

**ARTICULACION DE LOS ACTORES**

**COMO PUEDE AYUDAR EL SNV?**

**APOYO TÉCNICO Y METODOLOGIAS**

**INFORMACION**

**SINERGIAS**

**COORDINACION DE ALGUNAS FASES DEL PROCESO**