



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

El turismo cuenta con dos aspectos relevantes que lo hacen atractivo para los visitantes:

Parte tangible,
es el artículo que adquiere el consumidor y que facilita la realización de sus actividades.



Parte intangible,
se refiere a la calidad, servicio y toda interacción o información que se da, en conjunto con el producto, para reducir la incertidumbre de lo que se va a consumir, para producir experiencias y conseguir la satisfacción del cliente.



Por ejemplo:

TANGIBLE		INTANGIBLE	
	Instalaciones	Asegurar la calidad necesaria para brindar confort y disfrute al cliente.	
	Transporte	Brindar la máxima accesibilidad para que el cliente llegue al lugar, tomando en cuenta tiempo, costo y comodidad.	
	Atracciones	Aprovechar todos los recursos existentes en el entorno para generar experiencias que impacten al visitante.	



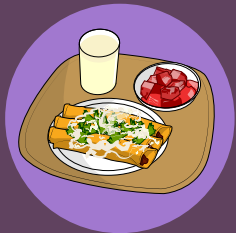
La suma de los dos elementos anteriores conforma un producto turístico y existen cuatro niveles:



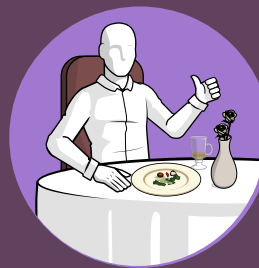
- **Genérico:** satisface la necesidad más básica del cliente.



- **Potencial:** producto que cuenta con las características para satisfacer las necesidades futuras del cliente, se mejora o perfecciona a partir de la interacción con el consumidor.



- **Esperado:** cubre las expectativas del cliente y sus necesidades.



- **Mejorado:** incluye beneficios adicionales sobre el producto genérico y el esperado que lo hacen diferenciarse de la competencia.

Los productos turísticos pueden tener todas o algunas de las siguientes características:

Caducidad

Existen dos formas de vender un producto turístico:



Al momento, venta directa al público.

Por antelación, mediante intermediarios.

Esta característica es importante como alternativa para llenar el negocio en cualquier temporada; por ejemplo, muchas empresas de hospedaje o vuelos venden más unidades de las que tienen disponibles para reducir pérdidas por cancelación. En caso de que todas las unidades se confirmen, tienen convenios con otras empresas para que éstas atiendan a los clientes y a ellos se les ofrece una indemnización.

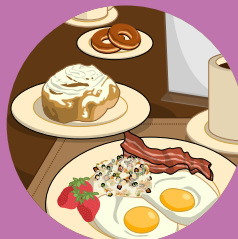




Agregabilidad

Esta característica se refiere a cuando el cliente puede incluir o eliminar servicios de un paquete.

Por ejemplo: un desayuno incluido, un paquete para spa o un seguro. Con esta característica, se produce una variación de precio y se generan nuevos productos de acuerdo con las necesidades de cada consumidor.



Heterogeneidad

Es la cualidad mediante la cual el turista puede personalizar su experiencia eligiendo entre dos o más opciones de una misma característica, por ejemplo:

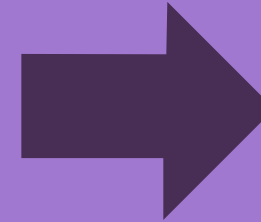
Arma tu paquete de viaje:





Simultaneidad de producción y consumo

El producto turístico, a diferencia de cualquier otro producto, primero se compra, luego se produce y al final se consume.



Hay dos formas de confeccionar un producto:



Vertical: Se vende todo el paquete de armado.
Ejemplo: Agencias de viajes, hoteles, compañías aéreas.

Horizontal: Existe un trabajo en conjunto
Turista-Empresas para armar un producto.

Adapta las herramientas con las que cuentas para ofrecer la calidad y nivel de atención necesarios, para cumplir con las expectativas del cliente y de esta manera asegurar su fidelidad y recomendación.