

Gestión del Mercadeo Turístico

Modulo I. Fundamentos del Mercadeo Turístico



InterMark.

Consultores en Turismo

Marketing - Desarrollo - Planificación - Innovación - Capacitación

1-. Fundamentos de “Marketing Turístico”.

- Marketing. *"es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes"*. Philip Kotler.
- El turismo es una actividad globalizada, transversal, multidimensional, heterogénea, intercultural e interdisciplinaria, que atiende a una demanda globalizada, creciente, dinámica y variable y con un importante componente subjetivo en su percepción de la oferta.
- La naturaleza de los servicios, las características del producto turístico y el grado de incertidumbre y confusión en el consumidor final, son las características básicas que hacen la diferencia el marketing convencional y el turístico.
- Los conceptos básicos del mercadeo convencional (Producto – Precio - Plaza – Promoción), son los mismos, no obstante su aplicación y tratamiento, requieren de un distinto enfoque..



El Concepto

1-. Fundamentos de “Marketing Turístico”.

- La adquisición de un producto o servicio turístico, se fundamenta en la búsqueda de una experiencia que tendrá innegables efectos sobre la vida del consumidor y que van más allá de los que podría tener un producto material de consumo.
- El marketing turístico busca destacar y comunicar el efecto beneficioso que determinado servicio turístico puede tener sobre el usuario, para dar respuesta a sus necesidades y motivaciones, desde la óptica de generarles una experiencia.
- El contenido, formato, intensidad y amplitud de estas informaciones pueden variar en función del sector de actividad de la empresa turística, de su filosofía y política de negocio o de sus objetivos y metas.
- Las estrategias van mas allá de excelente publicidad y promoción. Debe integrar acciones hacia el consumidor externo e interno. La calidad en la prestación del servicio hace la diferencia para lograr clientes satisfechos y leales.



El Concepto

1-. Fundamentos de “Marketing Turístico”.

- ✓ **Intangibilidad.** Los productos turísticos son principalmente intangibles aunque tienen componentes tangibles (cama, alimentos, fotografías).
- ✓ **Inseparabilidad.** El producto se produce al mismo tiempo que se consume.
- ✓ **Caducidad.** Los productos turísticos no se pueden almacenar.
- ✓ **Estacionalidad.** En su mayoría los productos y servicios turísticos, son sujeto de temporadas.
- ✓ **Subjetividad.** Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras.
- ✓ **Heterogeneidad.** El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes.
- ✓ **Sustituibilidad.** Según se requiera los componentes son sustituibles de forma inmediata.



El Producto

1-. Fundamentos de “Marketing Turístico”.

- Tangibilizar, para que los productos y servicios deben ser percibidos de forma viva y como algo cercano, desde la fase misma de búsqueda de informaciones por parte del comprador.
- Motivar el interés del comprador a través de promover su identificación con el concepto presentado y facilitar la aceptación del precio en situaciones de competencia.
- Informar puntualmente al comprador, para evitarle confusiones y facilitarle la elección de lo que se le ofrece.
- Evitar generar falsas expectativas y asegurar un elevado nivel de calidad en la prestación de la experiencia que se le ofrece.
- Fortalecer el vínculo del cliente y la empresa turística antes, durante y después del disfrute de su experiencia, transmitiéndole la importancia de su participación.



Las Acciones



InterMark.

Consultores en Turismo

Marketing - Desarrollo - Planificación - Innovación - Capacitación

Autor & Expositor.
Ing. Mario A. Socatelli P.
Director General
Intermark – Consultores en Turismo



Ingeniero en Sistemas Informáticos graduado en el Stratford Carrer Institute de New Jersey, con estudios al nivel de Bachillerato en Administración de Empresas y graduado del California Aircraft Institute, en California, USA, como Técnico en Operaciones aéreas. Además ha cursado programas de post-grado en los campos de Mercadeo Turístico, Planeación Estratégica y Ecoturismo, en las Universidades de Cornell, en New York, USA, y Banff, en Alberta, Canadá. Además, de ser diplomado en Sostenibilidad Turística por la Universidad de Costa Rica y Certificado como Evaluador Externo de Sostenibilidad por el Instituto Costarricense de Turismo.

Consultor independiente para diversas empresas turísticas, imparte múltiples seminarios y conferencias a nivel nacional e internacional. Cuenta con más de 30 años de experiencia en el campo turístico, en los cuales ha dirigido líneas aéreas, empresas hoteleras, agencias viajes y operadoras de turismo.

Por su trayectoria y desempeño profesional ha sido distinguido con el Premio “Achievement Award” en los años 2001 y 2003, y el Premio “Champion Award” en el 2006 entregados por Gray Line Corporation Worldwide. Ganador del Premio Nacional al Merito Profesional en Turismo -2009 La participación en actividades generales del sector le han significado el ser miembro de varias juntas directivas de asociaciones gremiales y organismos estatales, tales como la Junta Directiva de la Asociación Costarricense de Agencias de Viajes, la Cámara Nacional de Exportadores, El Centro Nacional para la Promoción de Inversiones, la Comisión de Nacional de Infraestructura, La Asociación Costarricense de Operadores de Turismo, La Cámara Nacional de Turismo. Actualmente, es Director de la Comisión Reguladora de Turismo de Costa Rica y del Comité Ejecutivo del InBio Parque.

Consultores en Turismo
Mercadeo • Desarrollo • Planificación • Innovación • Capacitación

Tel. +506-2230-7051 - Cel. +506-8841-4552 - info@intermarksa.com - www.intermarksa.com

P.O. Box. 180-1017 – San José, Costa Rica.



Intermark, S.A. emergió en 1990 como una empresa consultora en mercadeo turístico, desarrollo turístico, turismo sostenible, planeación estratégica y capacitación turística, y desde entonces, le brinda una gama completa de servicios y de soluciones rentables para el desarrollo de sus operaciones y el logro de sus metas, a las más prestigiosas organizaciones turísticas, cámaras de turismo, oficinas de turismo, centros de convenciones, desarrolladoras inmobiliarias, organismos no gubernamentales de desarrollo económico, así como autoridades nacionales del turismo y otras agencias estatales en toda la región Centroamericana.

Nuestro Presidente y Director General, el Ing. Mario A. Socatelli Porras, es reconocido como uno de los profesionales en turismo más experimentado dentro de la actividad turística en toda Centroamérica, contando con más de 35 años de experiencia y exitosa trayectoria en el campo turístico, en los cuales ha dirigido líneas aéreas, empresas hoteleras, agencias viajes y operadoras de turismo.

El equipo de trabajo de Intermark, S.A., está conformado por un selecto grupo de profesionales especialistas en desarrollo sostenible, mercadeo turístico, planeamiento, capacitación, tour operación, hotelería y transporte aéreo, quienes son la garantía del profesionalismo y calidad de nuestros servicios.

Nuestros servicios están orientados a proporcionarles a nuestros clientes el conocimiento y nuestra amplia experiencia dentro de la actividad turística, para generarles las herramientas de análisis, conocimiento especializado, sistemas programáticos de información e investigación, que permitan desarrollar extraordinarias experiencias para sus clientes, el posicionamiento y desarrollo de destinos turísticos, operaciones turísticas y/o proyectos inmobiliarios, producir sólidas marcas – destino, que a su vez generen significativas ventajas competitivas con un alto rédito.

Consultores en Turismo
Mercadeo • Desarrollo • Planificación • Innovación • Capacitación

Tel. +506-2230-7051 - Cel. +506-8841-4552 - info@intermarksa.com - www.intermarksa.com

P.O. Box. 180-1017 – San José, Costa Rica.