



Compromiso  
de Calidad Turística

## Módulo 16

# Creación de producto turístico

Este material formativo forma parte del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos ([SICTED](#)) de la [Secretaría de Estado de Turismo de España](#) y se distribuye bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 4.0 Internacional](#).



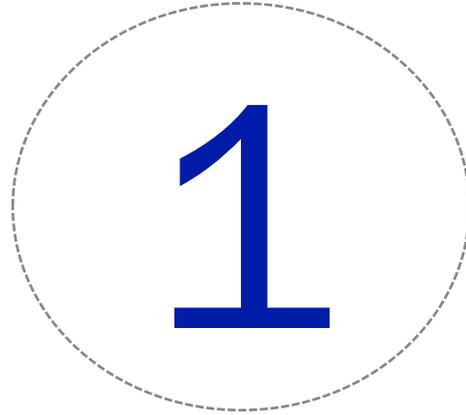
SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



30-06-2022

# Índice

- Objetivos
- Beneficios
- Introducción: Recurso turístico vs Producto turístico
- Etapas para la creación de un producto turístico:
  - ¿Cómo se transforman los recursos en productos turísticos?
  - Identificación de recursos turísticos
  - Mi cliente: Identificación de la demanda y segmentación
  - Mi producto: Determinación de los aspectos esenciales del producto
  - Mi canal: Comercialización del producto turístico
  - Identificar mis recursos como organización
  - Análisis de la propuesta de valor
  - Agentes intervinientes en la creación de productos turísticos
- Cuestiones a tener en cuenta y errores a evitar
- Ejercicio práctico
- Conclusiones



# Objetivos

# 1 Objetivos

Los objetivos del módulo **Creación de producto turístico** son:

- › Conocer qué se entiende por recurso turístico.
- › Saber qué recursos turísticos pueden convertirse en productos turísticos.
- › Conocer bases conceptuales para iniciar el proceso de creación de un producto turístico.



# Beneficios



## 2 Beneficios

Los beneficios para el asistente al módulo **Creación de producto turístico** son:

- › Comprender la diferencia entre recurso turístico y producto turístico.
- › Conocer los pasos para la creación de un producto turístico.
- › Conocer los aspectos clave para la creación de un producto turístico.

# 3

## Introducción: Recurso turístico vs Producto turístico

# 3 Introducción: Recurso turístico vs Producto turístico

El **recurso turístico** es el conjunto de atractivos que tiene un destino y que lo hace diferente a otro. Pueden ser de naturaleza, ciudad, patrimonio histórico, manifestaciones culturales, etc.

## Recurso



# 3 Introducción: Recurso turístico vs Producto turístico

El **producto turístico** es el conjunto de bienes y servicios, tangibles e intangibles, que el visitante disfruta durante su visita a un destino.

No basta tener recursos, sino que es preciso que éstos se estructuren para su uso turístico, para convertirse en “producto”.

## Recurso



## Producto



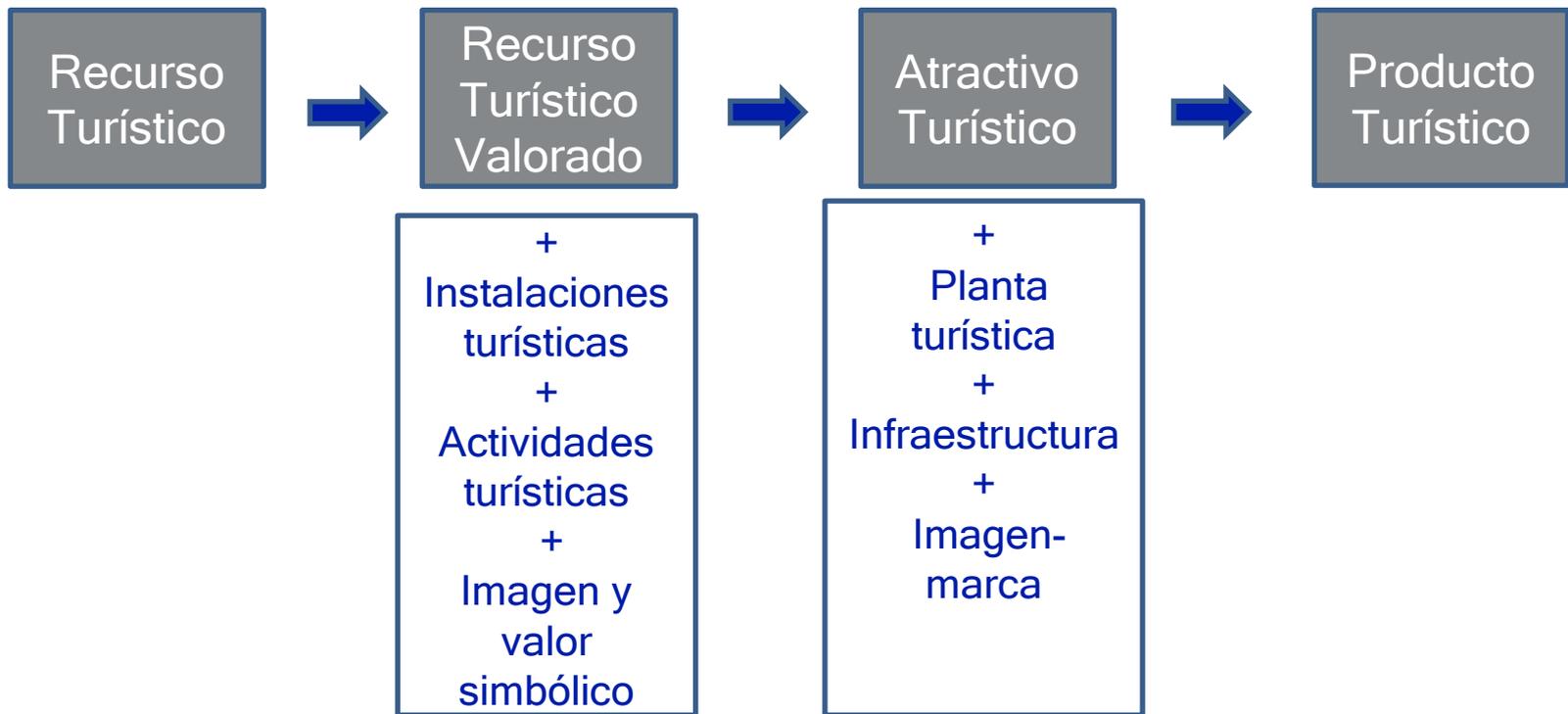
# 3 Introducción: Recurso turístico vs Producto turístico

Características del producto turístico:

- Intangible
- Con elementos tangibles
- Caducos
- Agregables
- Heterogéneos
- Se producen y consumen a la vez

# 3 Introducción: Recurso turístico vs Producto turístico

## Etapas para pasar de un Recurso a un Producto



Fuente. Manual para la Planificación de Productos Turísticos. Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza - SECO

# 4

## Etapas para la creación de un producto turístico

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.0 ¿Cómo se transforman los recursos en productos turísticos?

### PREGUNTAS A CUESTIONARSE

QUÉ tengo

---

A QUIÉN se lo ofrezco

---

QUÉ ofrezco

---

CÓMO lo ofrezco y entrego

---

QUÉ NECESITO para poder llevarlo a cabo

---

POR QUÉ

---

### RESULTADO

Mi RECURSO TURÍSTICO

---

Mi CLIENTE (segmento)

---

Mi PRODUCTO

---

Mi CANAL

---

Mis RECURSOS

---

Mi PROPUESTA DE VALOR

---

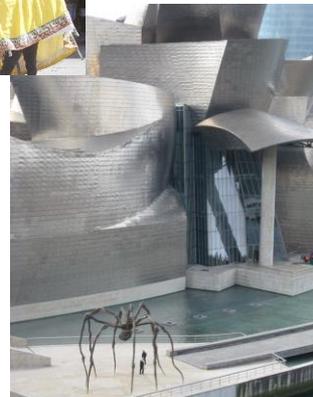
# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## turístico

### 4.1 Identificar recursos turísticos - ¿con qué recursos / atractivos cuento?

#### Tangibles:

- › Naturales (playas, montañas, especies animales, etc.)
- › Edificios (iglesias, museos, etc.)
- › Eventos (festivales, pruebas deportivas, etc.)
- › Etc.



#### Intangibles

Folclore, idioma, leyendas, etc.

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.1 Identificar recursos turísticos - tener mente abierta y visión innovadora



# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.2 Mi cliente. Identificación de la demanda y segmentación

Este aspecto es clave: hay que buscar un nicho de mercado que no esté muy explotado, con potencial suficiente y al que puedas acceder de verdad.

### Amantes del avistamiento de aves



Foto: Manuel Lamas Sánchez

<http://www.birdinginextremadura.com>



Contacto Español

EXTREMADURA Y LAS AVES CLUB DE PRODUCTO EMPRESAS EVENTOS

PUBLICACIONES

- Agencias de viaje
- Alojamientos
- Guías especializados

Cuadernillos infantiles para colorear



Cuadernillo Avutarda

Edita: Dirección General de Turismo.  
Textos: Atanasio Fernández García.  
Ilustración, Maquetación y Diseño Gráfico: Patxi Difusio.  
Impresión: Artes Gráficas Rejas.  
Tamaño: 59,20 MB

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.2 Mi cliente. Identificación de la demanda y segmentación

- › **Geográfica:** Ej.: mundo asiático
- › **Demográfica:** (edad, género o situación familiar) Ej.: familias monoparentales
- › **Psicográfica:** (clase social, estilo de vida, etc.). Ej.: colectivo LGTB
- › **Socioeconómicos:** clase media, alta, etc.
- › **Conductual:** Ej.: amantes de Juego de Tronos, etc.

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.2 Mi cliente. Identificación de la demanda y segmentación - ¿Cuál es el perfil de nuestro cliente?

- › ¿Cómo es? Procedencia, edad, capacidad adquisitiva.
- › ¿Qué espera encontrar? Producto básico + otros elementos añadidos.
- › ¿Qué valora?
- › ¿Cuáles son sus necesidades? Alojamiento, restauración, transporte, actividades de ocio, información, etc.

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.3 Mi producto

Pensando en lo que vemos	Pensando en lo que queremos transmitir al turista
¿Cuál es la temática?	¿Qué tenemos de especial?
¿Qué actividades queremos/podemos ofrecer?	¿Qué recuerdo queremos que se lleven los turistas?
¿Con quién podemos contar?	¿Qué expectativas queremos superar?

Fuente. Manual para la Planificación de Productos Turísticos. Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza - SECO

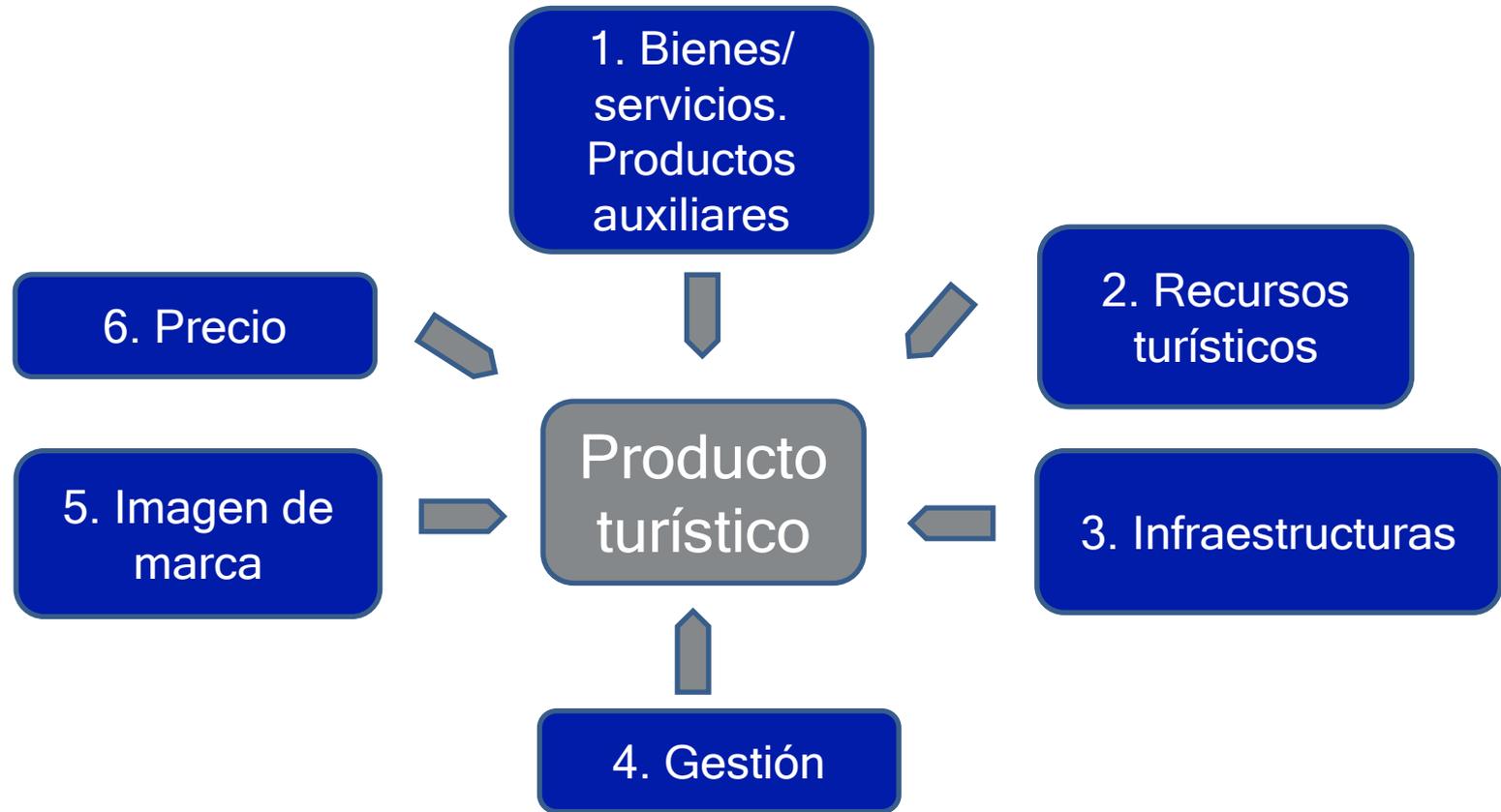
# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.3 Mi producto



# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.3 Mi producto. Elementos que tengo que definir



Fuente. Toni Hurtado

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.4 Mi canal. Comercialización del producto turístico

- a. Precio y promociones.
- b. Comunicación.
- c. Canales de venta.

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.5 Identificar mis recursos como organización

- › Capital
- › Personal
- › Conocimiento específico
- › Infraestructuras
- › Alianzas
- › Etc.

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.6 Análisis de la propuesta de valor

La **propuesta de valor**:

- Explica cómo tu producto turístico resuelve los problemas del cliente o mejora su situación (**relevancia**)
- Especifica claramente un beneficio (**valor**)
- Cuenta al cliente ideal por qué debe elegirte a ti y no a la competencia (**diferenciación**)
- Debe ser fácil de entender por nuestros clientes objetivos

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.6 Análisis de la propuesta de valor

¿Qué es lo que tiene mi producto de diferencial respecto a la competencia? Busca propuestas originales, disruptivas y experienciales.



# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.6 Análisis de la propuesta de valor

### Ejemplos de Propuestas de Valor:

Hotel boliviano. “Promoción de la cultura, gastronomía y filosofía de la vida boliviana”.

Alojamiento rural. “Un servicio turístico rural y versátil. Viviendas en entorno paisajístico. Infraestructuras válidas para familias”.

IBIS hoteles. “Duerma bien y pague poco”.

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.7 Agentes intervinientes en la creación de productos turísticos

- › Organización privada
- › Organización pública
- › Colaboración entre ambas

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.7 Agentes intervinientes en la creación de productos turísticos - Organizaciones privadas



Dormir en los árboles



Milestrelles



Foodiesandalucía



Gastronomic Routes by Air

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.7 Agentes intervinientes en la creación de productos turísticos - Organizaciones públicas



- Sevilla, Ciudad de Ópera. Producto turístico desarrollado por el Plan Turístico de Sevilla, participado por Junta de Andalucía, Ayuntamiento de Sevilla y Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA).
- Contenido del producto: Entrada para la Ópera, al menos dos pernотaciones y una ruta por el itinerario Sevilla, Ciudad de Ópera.

# 4 Etapas para la creación de un producto turístico

## 4.7 Agentes intervinientes en la creación de productos turísticos - Clubs de Producto

Herramientas de gestión y planificación turística que, mediante la colaboración conjunta de la iniciativa pública y privada, permiten desarrollar y comercializar nuevos productos turísticos de mayor valor añadido para el turista.



# 5

Cuestiones a  
tener en cuenta y  
errores a evitar

# 5 Cuestiones a tener en cuenta y errores a evitar

## 5.1 Cuestiones a tener en cuenta

- › Es preciso conocer el sector y hacer un análisis de viabilidad realista.
- › Hay que tener claro cuál es nuestro modelo de negocio y nuestra propuesta de valor, que sea de verdad diferencial.
- › Hay que contar con una financiación adecuada que nos permita mantenernos hasta que comiencen los ingresos.
- › Hay que tener medida en los gastos: equilibrio entre necesidad real y dispendio.

# 5 Cuestiones a tener en cuenta y errores a evitar

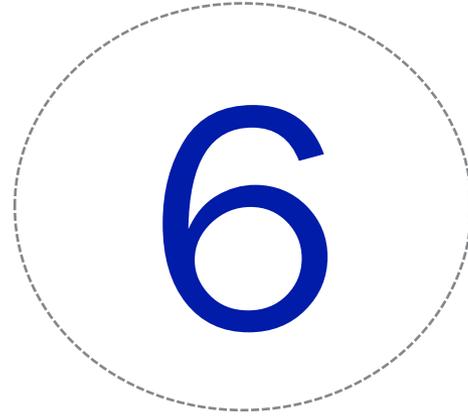
## 5.1 Cuestiones a tener en cuenta

- › Se debe testear el producto antes de lanzarlo al mercado.
- › Es conveniente añadir elementos que faciliten recordar la experiencia. Ej.: fotografías, objetos de recuerdo, etc.

# 5 Cuestiones a tener en cuenta y errores a evitar

## 5.2 Errores a evitar

- › La excesiva ambición: mejor pensar en productos “escalables”.
- › Emprender sin suficiente respaldo económico y sin ser consciente de lo que puedes tardar en empezar a ser rentable.
- › Buscarte un socio inadecuado, o no dejar claras las condiciones de la asociación.
- › Aventurarte en un sector desconocido por ti.
- › No prestar atención a la legislación vigente de aplicación.
- › Desatender a los clientes (no contestar al teléfono, tardar en enviar un presupuesto, etc.).



# Ejercicio práctico

# 6 Ejercicio práctico

- › **Primera parte:** Cada equipo tiene que definir las características de una persona concreta que viene a visitar nuestro destino turístico. Estas características deben escribirse en un folio.
- › **Segunda parte:** Cada grupo debe entregar a otro grupo el perfil de visitante que ha creado. Teniendo en cuenta el perfil que os entregan, así como los recursos turísticos existentes en nuestro destino, debéis crear un producto turístico adecuado a ese perfil. Ej.: perfil de pareja de novios, producto turístico: paquete de alojamiento + visita a una bodega y tratamiento de vinoterapia.
- › Debéis definir cuál va a ser vuestra “propuesta de valor”.



# Conclusiones



# 7 Conclusiones

- › La creación de un producto turístico supone poner en “valor” la existencia de uno o varios recursos turísticos de un destino.
- › Para la creación de un producto turístico es necesario dar respuesta a un conjunto de preguntas: qué ofrezco, a quién se lo ofrezco, cómo lo ofrezco, qué necesito para poder ofrecerlo y por qué lo hago.
- › Las respuestas a todas estas preguntas me permitirán desarrollar mi producto, mi cliente, mi canal, mis recursos y mi propuesta de valor.

[www.calidadendestino.es](http://www.calidadendestino.es)

sicted@calidadendestino.org



Compromiso  
de **Calidad Turística**