SEP

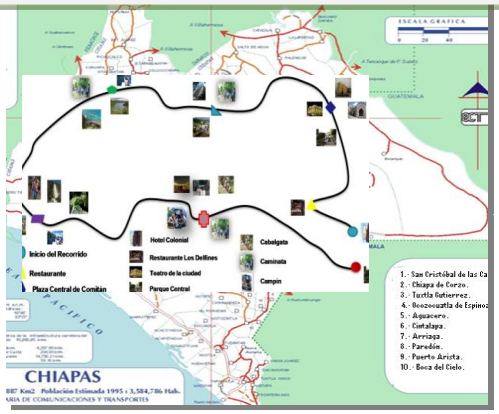
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE LA SELVA

Chiapas Gobierno del Estado

Universidad Tecnológica de la Selva

Manual
Diseño de Circuitos Ecoturisticos
Del 22 al 26 de Octubre 2012.



OCOSINGO, CHIAPAS 2012

Presentan:
Lic. Ixtlilxochitl López Gómez
Lic. Karla Julieta Banda Chiu

BIENVENIDA

Bienvenido a este Curso - Taller denominado "Diseño de Circuitos Ecoturístico" enfocado a diversas empresas comunitarias de la Zona Selva del municipio de Ocosingo, en espera de que obtengas conocimientos y habilidades para descubrir y realizar un recorrido turístico en tu propia comunidad y poder ser ofertado en el mismo centro ecoturístico. Con este Curso Taller podrás identificar el valor de las costumbres y tradiciones, los recursos naturales y arqueológicos con los que cuenta tu comunidad. En este documento encontraras las actividades que presenta como función productora una agencia de viajes para la creación de circuitos ecoturisticos, así mismo es importante que conozcas los tipos de viajes que se ofrecen en el mundo del viajero y finalmente los elementos para la creación de un Circuito Ecoturistico.

Esperamos que tu participación pueda ser aprovechada al máximo para tu crecimiento profesional, así como para ampliar tus habilidades para la creación de nuevos circuitos ecoturisticos en tu región.

JUSTIFICACION

Actualmente los Centros Ecoturìsticos se han convertido en principales destinos turísticos del mercado nacional e internacional, gracias a la participación de organismos gubernamentales que han realizado la promoción y difusión de los centros eco turísticos de la Región Selva, esto significa que el interés por los turistas seguirá en aumento al realizar nuevos circuitos eco turísticos donde adquiera experiencias únicas, inolvidables e irrepetibles, esto implica que los centros eco turísticos deben diseñar sus propios circuitos eco turísticos para cumplir con las expectativas del consumidor.

Por tal motivo el Cuerpo Académico del área de Turismo de la Universidad Tecnológica de la Selva impartirá este curso de capacitación dirigido a los centros eco turísticos de la Región Selva, con la finalidad de lograr que el personal responsable diseñe sus propios recorridos y así lograr que el turista pernocte por más tiempo en los centros eco turísticos beneficiando así a la propia comunidad.

Curso: Diseño de Circuitos Ecoturisticos
Duración.- 20 horas
Modalidad: Curso-Taller Presencial
Dirigido a: Centros Eco turísticos las Guacamayas, Nueva Alianza y Escudo Jaguar.
Requisitos de ingreso: Personal que se encarga de operar las ventas de los Centros Eco turísticos.
Propósito: Descubrir la oportunidad para implementar un Circuito Eco turístico a través de actividades propias de la comunidad

Técnicas grupales.

En el desarrollo de las actividades se realizaran las siguientes técnicas:

- Equipos de trabajo
- Exposición

Resultado de aprendizaje:

Al término el alumno deberá elaborar el diseño de un circuito ecoturístico contemplando los elementos primordiales para la realización de esta.

Técnicas didácticas:

- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Lluvia de ideas.
- ✓ Exposición en equipo

Recursos didácticos:

- ✓ Pizarrón
- ✓ Papel Bond
- ✓ Computadora
- ✓ Cañón
- ✓ Aula para 25 personas
- ✓ Iluminación adecuada
- ✓ Plumones
- ✓ Marcadores

Material didáctico:

- ✓ Manual del participante y manual del facilitador
- ✓ Ejercicios prácticos
- ✓ Estudio de casos

Estrategias de enseñanza:

-Elaboración de ejercicios tales como:

-Identificación de los atractivos culturales, naturales o arqueológicos de la comunidad.

- Estimación de tiempos por actividad
- Realización de circuito

-Estimación de precios del recorrido

Objetivo General:

Diseñar nuevos circuitos turísticos para contribuir a la diversificación de la oferta turística y el desarrollo de la región.

Tema Central: Diseño de circuitos turísticos

Duración total del Modulo 20 horas.

Propósito general del manual

El propósito de este manual es que el participante identifique los pasos a considerar para la elaboración de un circuito turístico y desarrolle su propio circuito turístico.

Logros que deberán ser alcanzados

- Comprender las partes que componen un circuito turístico
- Identificar las actividades a contemplar para realizar su propio circuito turístico
- Elaborar un circuito turístico con actividades del propio centro ecoturístico
- Organizar de forma adecuada las actividades

Introducción

Este manual ayudará al participante a desarrollar la capacidad de determinar la oferta y demanda de servicios turísticos mediante un análisis de mercado que le ayudara a identificar y/o mejorar oportunidades de negocio de la región a través de la creación de un circuito turístico que contenga:

Nombre del circuito, itinerario, servicios turísticos, servicios complementarios, duración, vigencia, precio y forma de contacto.

INDICE

I.- FUNCION PRODUCTORA

1.-Describir las actividades de la función productora

II.- ORGANIZACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES

1.- Viajes organizados
2.- Viajes organizados con guía
3.- Viajes organizados sin guía

III.- PAQUETES TURISTICOS
Elementos que integran un paquete turístico:
1.-Nombre del paquete
2.-Itinerario
3.-Servicios turísticos
4.-Servicios complementarios
5.-Duración y vigencia
6.-Restricciones
7.-Precio
8.-Servicios adicionales
9.-Información de contacto

IV.-PRACTICA DESARROLLAR UN CIRCUITO TURISTICO

I.- INTRODUCCIÓN A LA FUNCIÓN PRODUCTORA

I.- FUNCIÓN PRODUCTORA

Consiste en diseñar, organizar, comercializar y operar viajes y productos turísticos generados por la combinación de distintos servicios y que se ofertan a un precio global establecido, que es lo que se suele conocer por viajes combinados o paquetes (viajes estándar programados a la oferta) o también podemos encontrarnos con forfait (viajes programados a la demanda, que están adaptados a cada cliente o custodiados). Esta función está gestionada por tour operadores y agencias mayoristas. Para llevar a cabo esta función productora, se exigen varias cosas:

•La investigación permanente de los mercados para conocer las tendencias y necesidades de los clientes, así como las ofertas de la competencia.

•La creatividad o imaginación para diseñar nuevos productos que permitan a la agencia diferenciarse frente a la competencia.

•La calidad del servicio, que en este caso se suele basar en la adecuada elección de los proveedores y en el trato dado a los clientes.

•Una adecuada gestión de los costos.

Además, para potenciar su función productora, una agencia no puede limitarse a organizar viajes, debe ampliar constantemente sus actividades, para ello puede pasar a organizar congresos, ferias, cruceros, prácticas deportivas (Ej. Club Mediterráneo, Catai Tours, Nuevas Fronteras).

Para crear los productos, las agencias deben aprovechar las economías de escala y negociar los precios netos con los proveedores, si la agencia no organiza el viaje, sólo lo vende, obtendrá un porcentaje de beneficio y el precio de venta al público se obtendrá sumando el precio negociado con el proveedor más el porcentaje de las agencias.

La función productora culmina con la comercialización y venta del producto turístico, para ello habrá que realizar las acciones oportunas para dar a conocer los productos al consumidor final; lo que podríamos denominar función

comercializadora, que consiste en las labores de marketing necesarias, las cuales requerirán elevados costos.

Actividad:

Trabajar en parejas y mencionar las agencias de viajes que conoce y que circuitos turísticos ofrece.

II.- ORGANIZACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES

Las características de los tipos de paquetes pueden variar de acuerdo al tipo de viaje:

- Viajes organizados son aquellos que intentan ajustarse a los acondicionamientos de un grupo de viajeros en particular. Algunos viajes se dirigen a grupos con un determinado interés, como los gastrónomos, contables, estudiantes o amantes del arte. Estos viajes pueden llevar guía o no. Se anuncian en folletos que especifican el precio, las condiciones y las fechas en que se pueden realizar.
- Viajes con guía un director de viajes con experiencia viaja con el grupo. El guía del viaje cuida de todos los detalles básicos (reservas de hoteles, traslados, visitas, maletas, aduanas, traducción de otro idioma cuando sea necesario, etcétera) y es responsable de mantener en conjunto el horario previsto del viaje. Por lo general, los viajes con guías son del tipo de viajes con "todo incluido"
- Viajes organizados sin guía estos viajes más flexibles permiten que el viajero compre un viaje organizado con transporte, traslado, visitas,

alojamiento en hotel y normalmente algunas comidas de acuerdo con las costumbres del país, pero el grupo no viaja con un guía fijo.

Se puede ir a las visitas programas o no. El precio fijado de antemano permite al viajero que haga el presupuesto de la mayor parte de los gastos con antelación. La ventaja básica de un viaje organizado es la comodidad. También, debido a que está organizado por un especialista que compra en grandes cantidades, lo suministradores (hoteles, empresas de visitas turísticas y otros) están deseosos de agrandar al organizador del viaje sirviendo con el máximo de calidad de los clientes.

Actividad:

Menciona algunos ejemplos de estos tipos de viaje:

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

III.- PAQUETES TURISTICOS
PASOS BASICOS PARA ELABORAR UN PAQUETE TURÍSTICO

1. ETAPA PREVIA
   (Levantamiento de Información)

- Investigación de Mercado: Interés del Viajero, Perfil del pasajero (datos precisos)
- Investigación del Producto: Investigación de la Ruta Turística, tiempos, destinos, vías de acceso.

Actividad:
Describe el interés que presenta el turista que visita el centro ecoturístico en relación a las actividades que le gustaría realizar en tu comunidad, que tipo de herramienta utilizarías para conocer esta información.

_____
_____
_____
_____
_____
_____

2.- ELEMENTOS QUE INTEGRAN UN PAQUETE TURÍSTICO

1.- Nombre del paquete turístico

2.- Diseño del circuito

El circuito es un recorrido turístico con regreso al punto de partida, pero sin pasar dos veces por el mismo lugar.

3.- Itinerario

El itinerario es la descripción de un camino o una ruta, especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios.

Un itinerario es la dirección y descripción de un camino o recorrido que incluye promociones a lugares, paradas y observaciones.

4.- Servicios turísticos

Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

5.- Duración y vigencia

En la duración del paquete turístico, normalmente se indican el número de días y noches, desde la salida por ejemplo 4días/3noches y la vigencia incluye la fecha límite de validez de la promoción.

6.- Restricciones

Mediante las restricciones se establecen políticas entre el producto, precio, promoción y plaza.

Las restricciones en el paquete turístico sirven para marcar los límites e impedimentos, delimita las pautas con las que se cumple el paquete.

7.- Servicios adicionales o complementarios

Los servicios adicionales son aquellos servicios complementarios que la sociedad urbana requiere para funcionar adecuadamente por ejemplo, comunicaciones, policías, bomberos, seguridad pública, sanidad general, teléfono, telégrafo, correo, hospitales, farmacias, servicio médico, bancos, casas de cambio de moneda, transportación local, taxis y autobuses, estaciones de combustibles, servicio mecánico, etc.

Existen otros servicios de apoyo que pueden considerarse necesarios para el viajero como lo son los automóviles en renta, información turística (mapas, folletos y directorios, guía de turistas e intérpretes), tiendas (fotografías, artesanías, artículos de recreo etc.), puestos de periódicos, revistas y tarjetas postales,

lavanderías y tintorerías, tiendas especializadas en la venta o renta de equipo deportivo.

8.- Información de convenio

La información del convenio supone un acuerdo entre el vendedor y el comprador para llevar a cabo la venta de un paquete turístico.

9.-Costo del producto turístico

Para obtener el costo del producto turístico siempre se cotiza bajo una misma unidad, por persona o por habitación y cotice en base a un número mínimo de pasajeros con los que pueda operar el tour.

Al cotizar no olvide incluir los cargos por tarjeta de crédito que debe asumir el establecimiento, la comisión de terceros y su utilidad.

10.- Margen de utilidad

El margen de utilidad es la diferencia entre ingresos y gastos totales, incluyendo impuestos, expresadas en un porcentaje de los ingresos.

11.- Precio de venta

Para la fijación de precio de venta al público del paquete, deben considerarse dos aspectos, el porcentaje que se desea obtener por la venta del paquete y la forma como se efectuará la venta en el mercado.

12.-Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

Para encontrar el punto de equilibrio se necesita saber el número de unidades a vender, de modo que se cumpla con lo anterior (que las ventas sean iguales a los costos).

13.-Pronósticos de ventas

El pronóstico de ventas es una estimación de las ventas futuras, (ya sea en términos físicos o monetarios) de uno o varios productos, (generalmente todos) para un periodo de tiempo determinado.

Realizar el pronóstico de ventas nos permite elaborar el presupuesto de ventas y, a partir de éste, elaborar los demás presupuestos, tales como el de producción, el de compra de insumos o mercadería, el de requerimiento de personal y el de flujo de efectivo.

El pronóstico de ventas nos permite conocer las utilidades de un proyecto (al restarle los futuros egresos a las futuras ventas), y de ese modo, conocer la viabilidad del proyecto; razón por la cual el pronóstico de ventas suele ser uno de los aspectos más importantes de un plan de negocios.

ACTIVIDAD:

Describir los elementos que integran un paquete turístico de acuerdo al ejemplo que observaras.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

IV.- PRACTICA DESARROLLAR UN CIRCUITO TURISTICO

1.- Asignación de un nombre.-

Todo tour o paquete lleva un nombre y debe ser: Sencillo, fácil de entender y sugestivo, puede señalar el recorrido y lugares que van a ser visitados, característica del lugar, puede señalar la calidad del paquete.

2.- Diseño Geográfico:

Es una representación del recorrido sobre un mapa

- Puede utilizarse un mapa y trazarlo sobre éste
- Puede ser una simbología o que represente un atractivo típico de cada lugar
- Puede insertarse una fotografía con el lugar característico del destino

3.- Inventario de recursos.- Es un listado de todos los atractivos que pueden ser visitados

4.- Inventario de la planta turística.- es el listado de todos los prestadores de servicios turísticos

5.- Ruta definitiva.- es la selección definitiva de los recursos y atractivos que van a ser visitados

6.- Programación.- es la etapa más importante en la elaboración de paquetes, ya que se trata de una descripción detallada de todas las actividades que van a cumplirse en los diversos atractivos. La descripción se hace día a día

7.- Pago y restricciones:

Es la descripción de condiciones relativas al pago del tour

- Cancelación del tour
- Reembolsos, monto
- Responsabilidades de la agencia

- Aclaración de los servicios que se incluyen y no incluyen en el paquete

8.- Costo del producto.

Resultado de aprendizaje:

Elaborará un paquete turístico que contenga Nombre del paquete, itinerario, servicios turísticos, servicios complementarios, duración y vigencia, precio y restricciones para el propio centro ecoturístico.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Rincón Corcoles, Antonio	2008	*Turismo Virtual*	D.F.	México	ALFAOMEGA grupo EDR
De la Torre, Francisco		*Administración de Agencias de Viajes*	D.F	México	CECSA
Laza Muñoz, P & Hernandis Bernal, Leticia	(2006)	Gestión económico-administrativa en agencias de viajes	Madrid	España	Thomson Paraninfo
Aceranza, M. A.	(2007)	*Agencias De Viajes. Organización Y Operación*	D.F.	México	Trillas
Kohen, P. A.	(2005)	*Tecnología Y Gestión De Agencias De Viajes*	D.F.	México	Trillas
De la Torre, F.		*Agencias de Viaje y transportación*	D.F.	México	Trillas
González Cobrero, M. A.	(2002)	*Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes*	Madrid	España	Global Ediciones

´