

**¡BIENVENIDOS!!...
estamos en la
recta final...**

Clase 11.

HABLAMOS DEL PLAN TURÍSTICO...

**¿Qué es?
¿Para qué sirve?
¿Por qué es importante?**

Elementos fundamentales para su realización...

- **realización del inventario**
- **investigar a los clientes potenciales**
- **análisis de la capacidad de carga.**
- **contemplar las políticas de acción.**

CONSUMIDORES.

Sentimientos/sensaciones = Decisión de consumo

Nuestro producto como una cebolla...

1. Servicio básico = necesidad fundamental.
2. Servicio genérico = características que todos tienen.
3. Servicio esperado = tienen lo que espera el consumidor.
4. Servicio aumentado = tiene más atributos de los que se necesitan.
5. Servicio potencial = ??

Perooooo...cuando el *servicio aumentado*, no es el *servicio esperado*. ¿Qué sucede?

Ley de defensa del consumidor 24240.

HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA EL CONSUMIDOR. ¿Por qué?

¡¡¡ IMPORTANTE!!!

art 8: la publicidad.

art 8 bis: trato digno.

art 10: facturación.

art 10 bis: incumplimiento de la obligación.

Clase 15.

TENDENCIA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA.

Nuevos nichos = nuevos servicios = nuevos planes turísticos

- millennials
- turismo activo y de aventura.
- mujeres que viajan solas.
- turismo gastronómico.
- turismo sostenible.
- Fotografía móvil.
- viajes de negocios y ocio.

