

Trabajo de investigación por equipo.

De los productos turísticos presentados en el cuadro sinóptico elegir un producto turístico y sobre esa elección se deberá investigar las características técnicas sociales y psicológicas, que implica la puesta en marcha.



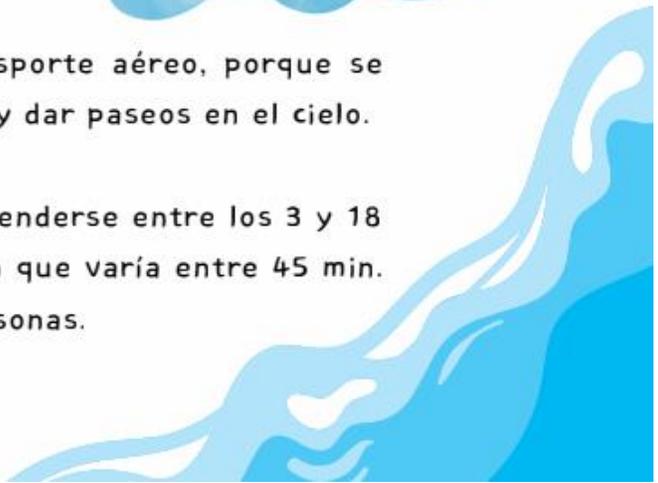
GLOBOS AEROSTÁTICOS

Introducción



Los globos aerostáticos es un medio de transporte aéreo, porque se desplaza por el aire. Su función es la de volar y dar paseos en el cielo.

El trayecto de un viaje en un globo podría extenderse entre los 3 y 18 kilómetros aproximadamente. Con una duración que varía entre 45 min. y 1 hora. Además, debe ser un mínimo de 4 personas.



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- Se compone de 3 partes: envoltura, barquilla y quemadores
- Están hechos de telas sintéticas como nylon, con ligereza y buena resistencia mecánica
- No vuelan, sino flotan en el aire dentro del viento
- Su volumen depende de los modelos y de la capacidad de carga que pueden soportar
- El piloto debe buscar adecuadas corrientes de aire para poder flotar

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

- Se ofrecerán diversos paquetes a nuestros clientes conforme a su presupuesto y gustos.
- El precio a establecer podría variar desde \$1500 hasta \$2,800 dependiendo de la actividad.
- Ofreceremos la opción de personalizar el paquete de su viaje.
- Aplicaremos reservas así como:
 - Celebraciones Especiales.
 - Viajes Románticos.
 - Cumpleaños,



OFERTA DE VALOR



1. **VOLAR**
2. SEGURIDAD
GARANTIZADA
3. EXPERIENCIA
ÚNICA
4. AVENTURA
5. PAISAJE
6. RECUERDO
7. NATURALEZA
8. DIVERSIÓN

SEGMENTO DE MERCADO

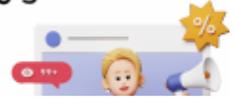
1. Nivel socioeconómico medio y alto.
2. Público Adulto
3. Niños mayor a 12 años.
4. Turistas
5. Aventureros





TENDENCIAS DE MERCADO

- Marketing de influencers locales.
- Contenido en Redes Sociales.
- Novedoso.
- Sostenibilidad.
- Ampliar la oferta de servicios turísticos en la región, municipio y estado.



COMPETIDORES

DIRECTOS

- Dentro de la región de los Tuxtlas no existen competidores directos.
- A nivel estatal tampoco existe competencia ya que aún no se brinda este servicio
- A nivel nacional existe competencia con estados vecinos como: Puebla, Oaxaca,



INDIRECTOS

En la región de los Tuxtlas si existe competencia indirecta ya que podemos encontrar:

- Reservas naturales
- Paseos en lancha, banana, etc.

Al igual a nivel estatal como:

- Teleférico
- Acuario
- Zonas arqueológicas

TÉCNICAS

SOCIALES

- Desarrollo económico, social y ambiental.
- Descubrir y conocer nuevos destinos.
- Aprender nuevas culturas.
- Impulsar el turismo.
- Publicidad - Marketing



PSICOLÓGICAS

- Perder el miedo a las alturas.
- Vivir una nueva experiencia.
- Crear nuevos recuerdos en familia, amigos, pareja, etc.
- Preparación física.
- Motivación social.
- Factor de seguridad.



LISTA DE COTEJO PARA MAPA CONCEPTUAL

UNIDAD 1

DATOS GENERALES				
ALUMNA: ANDREA SERRANO SALAZAR				
GRUPO:	705-A	CARRERA	LIC. EN ADMON	
NOMBRE DEL CURSO:	DISEÑO DE PRODUCTOS TURISTICOS ALTERNATIVOS	NOMBRE DEL DOCENTE	MCA.PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS	
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
PRODUCTO: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	FECHA: 22 DE SEPTIEMBRE DE 2023	PERIODO ESCOLAR: AGOSTO. 2023- ENERO 2024		
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar Las Actividades Que Se Solicitan Y Marque Con Una X En Los Apartados "Si" Cuando La Evidencia Se Cumple; En Caso Contrario Marque "No". En La Columna "Observaciones" Escriba Indicaciones Que Puedan Ayudar Al Alumno A Saber Cuáles Son Las Condiciones No Cumplidas Si Fuese Necesario.				
VALOR REACTIVO	<u>Características A Cumplir (Reactivo)</u> Presentación El Trabajo Cumple Con Los Requisitos De:	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
15	A) El trabajo cumple con las indicaciones iniciales de organización.	15		
15	B) El tema asignado fue tratado con propiedad, se ofrecieron detalles y ejemplos.	15		
10	C) Se utilizó un lenguaje adecuado al contexto y se entendieron cada una de las palabras.	10		
10	D) Se incluyeron de forma adecuada todas las referencias de materiales consultados.	10		
50%	Responsabilidad: Entregó LA INVESTIGACION en La Fecha Y Hora Señalada	50%		
FIRMA DEL DOCENTE: PATRICIA ELIZBETH DAVID MIROS				

CUADRO COMPARATIVO.

Organizados en equipo, realizar un cuadro comparativo de por lo menos 4 productos turísticos diferentes, exponerlo antes la clase.

PRODUCTOS TURÍSTICOS

TURISMO DE AVENTURA	Se asocia con la naturaleza y deportes extremos, que requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas. Dentro de la región de los Tuxtlas se encuentran actividades como tirolesas, paseos en Kayak y buceo.	<ul style="list-style-type: none"> • Se aprovecha al máximo los recursos de la naturaleza. • Requiere una inversión mínima. • Permite conectar con la naturaleza. • Se viven momentos de paz y tranquilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suelen ser riesgosos. • No todos cuentan con la seguridad y el equipo adecuado. • Falta de personal capacitado. • Los espacios naturales se pueden llegar a contaminar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Paseo en Kayak en la laguna de Catemaco • Tirolesas en cascada <i>El Tucán</i>. • Escalar en Roca Partida • Buceo o Surf • Senderismo (Trekking)
TURISMO DE BIENESTAR	Todos necesitan mejorar su paz mental para tener relajación personal o recobrar energía física, para eso las personas buscan viajar a lugares que cuenten con este tipo de servicios. En la zona de los Tuxtlas se pueden encontrar gran variedad de lugares en donde pueden tener acceso a ese servicio, donde podrán relajarse y disfrutar.	<ul style="list-style-type: none"> • Bienestar físico y mental. • Relajación. • Comodidad. • Autenticidad. • Efecto terapéutico. • Estilo de vida saludable. • Experiencia única. • Conexión espiritual y consigo mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Accesible a público adulto. • Servicios con un precio inasequible. • Falta de promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de spa y masajistas • Yoga. • Bañerios. • Servicios de pedicura, manicura, faciales.

TIPO DE TURISMO	CONCEPTO	VENTAJAS	DESVENTAJAS	PRODUCTO Y/O SERVICIO TURISTICO.
TURISMO DE COMPRAS	El turismo de compras se ha vuelto un componente importante en la cadena de valor del turismo ya las compras se han convertido en un factor determinante para la elección del destino, un componente destacado de la experiencia global del viaje y, en algunos casos, el motivo principal.	<ul style="list-style-type: none"> • Aportan a la economía local. • Promueven el consumo de productos realizados en la zona. • Promueve la diversificación. • Genera un impacto positivo al medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe gente que plagia ciertos productos y los venden como originales 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiendas artesanales. • Productos hechos a mano. • Mercados de artesanías. • Experiencia de aprender más sobre productos representativos de la región. • Historia
TURISMO CULTURAL	Promover la cultura de la zona de los Tuxtlas, mediante festivales, eventos sociales y culturales para enaltecer nuestros festejos, tal como el Festival del Globo, la Fiesta de San Andrés y los Sones Jarochos. Además de enfatizar el patrimonio cultural en nuestro estado.	<ul style="list-style-type: none"> • Son eventos únicos y propios en la región. • Promueve la economía local. • Se distingue por la participación social y sus alrededores. • Se recibe visitantes y/o turistas de otras zonas para conocer nuestra cultura. • Festejos en grandes e importantes para la región 	<ul style="list-style-type: none"> • No todo el público tiene la cultura de participar o integrarse a alguno de estos eventos. • No hay suficiente publicidad, lo cual limita el alcance de la invitación. • El recurso económico no abastece lo suficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Festivales acordes a la temporada. (FEST) • Crear una temática en específico. • Evento cultural en la zona. • Representación artística. • Cursos y/o talleres



LISTA DE COTEJO PARA CUADRO COMPARATIVO

UNIDAD 1

DATOS GENERALES				
ALUMNA: ANDREA SERRANO SALAZAR				
GRUPO	705 A	CARRERA	LIC. EN ADMON	
NOMBRE DEL CURSO:	DISEÑO DE PRODUCTOS TURISTICOS ALTERNATIVOS	NOMBRE DEL DOCENTE	MCA.PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS	
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
PRODUCTO:	FECHA	PERIODO ESCOLAR:		
Cuadro comparativo de por lo menos 4 productos turísticos diferentes,	13 DE SEPTIEMBRE 2023	SEPTIEMBRE 2023- ENERO 2024		
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar Las Actividades Que Se Solicitan Y Marque Con Una X En Los Apartados "Si" Cuando La Evidencia Se Cumple; En Caso Contrario Marque "No". En La Columna "Observaciones" Escriba Indicaciones Que Puedan Ayudar Al Alumno A Saber Cuáles Son Las Condiciones No Cumplidas Si Fuese Necesario.				
VALOR REACTIVO	<u>Características A Cumplir (Reactivo)</u> Presentación El Trabajo Cumple Con Los Requisitos De:	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
4	A) Buena Presentación	4		
4	B) Identifica todos los elementos de comparación. Las características elegidas son suficientes y pertinentes.	4		
4	C) Identifica de manera clara y precisa las semejanzas y diferencias entre los elementos comparados.	4		
4	D) El organizador gráfico presenta los elementos centrales y sus relaciones en forma clara y precisa.	4		
2	E) Sin errores ortográficos o gramaticales.	2		
2	Responsabilidad: Entregó en La Fecha Y Hora Señalada	2		
20%	Calificación	20 %		
FIRMA DEL DOCENTE:				



30 de 30 puntos

Puntuación publicada el 10 nov 0:27

Publicar puntuación

Evaluación unidad 1

Se ha registrado el correo del encuestado (201u0516@alumno.itssat.edu.mx) al enviar este formulario.

* Indica que la pregunta es obligatoria

0 de 0 puntos

Nombre completo *

/ 0

Andrea Serrano Salazar

PREGUNTAS

30 de 30 puntos



Implica un análisis que permite comprender las verdaderas necesidades del mercado y cómo ayuda el producto a solucionar sus problemas.

* 5 / 5

- Cadena de suministro
- Cierre de ciclo de diseño de producto
- Diseño de un producto



Añadir comentarios a una respuesta individual



En esta etapa se trata de generar la idea matriz de donde surgirá tu producto. *

5 / 5

Prueba de prototipos

Idea



Investigación

Añadir comentarios a una respuesta individual



En esta etapa se buscan reunir los datos necesarios para evaluar la viabilidad de un nuevo producto. *

4 / 4

Investigación



Análisis de datos

Desarrollo

Añadir comentarios a una respuesta individual



Se deberán establecer las pautas necesarias para llegar al producto final, teniendo en cuenta los tiempos de desarrollo, presupuestos e identidad de tu marca.

* 4 / 4

- Prueba de prototipos
- Planificación del producto
- Desarrollo



Añadir comentarios a una respuesta individual



En esta etapa se deberá poner a prueba la idea con el público de consumidores al que se dirige.

* 4 / 4

- Desarrollo
- Creación de prototipos
- Prueba de prototipos



Añadir comentarios a una respuesta individual



Son el diseño preliminar del producto, mucho antes de que tus clientes finales lo conozcan.

* 4 / 4

- Planificación del producto
- Cierre de ciclo de diseño de producto
- Creación de prototipos



Añadir comentarios a una respuesta individual



En esta etapa se debe planear todo lo relacionado con su producción: materias primas, almacenaje, proveedores, actividades necesarias, envíos, venta al público, etc.

* 4 / 4

- Cadena de suministros
- Prueba de prototipos
- Investigación
- Opción 4



Añadir comentarios a una respuesta individual