

# INDICE

<b>CAPITULO I: EL PROGRAMA TURISTICO.....</b>	<b>11</b>
El programa turístico: concepto y alcances	12
Tipos de programa turístico	17
La ruta turística	17
El itinerario personal	22
<b>CAPITULO II: EL PAQUETE TURISTICO</b>	<b>29</b>
Concepto de paquete turístico	31
Evolución del programa turístico	33
Terminología utilizada para definir el paquete turístico	34
Clasificación de paquetes turísticos	38
Programas locales: excursiones	40
Programas regionales: tours	44
<b>CAPITULO III: EMPRESAS PRODUCTORAS DE PROGRAMAS TURISTICOS</b>	<b>49</b>
LAS AGENCIAS DE VIAJES	51
Antecedentes de la agencia de viajes	52
TIPOS DE ORGANIZACIONES	54
Empresa minorista	54
Empresa mayorista	55
Tours operadores	56
Las grandes operadoras internacionales	58
Las agencias de viajes en Argentina	63
<b>CAPITULO IV: EL CLIENTE</b>	<b>67</b>
CLIENTE O DEMANDA	69
EL CLIENTE	70
MOTIVACIONES Y NECESIDADES DEL CONSUMIDOR	72
Necesidades genéricas y derivadas	73

¿Qué es la motivación?	73
La decisión de compra	77
<b>EL USUARIO - EMPRESA</b>	<b>84</b>
La operación de compra de un programa	87
Quiénes intervienen en la compra	88
Análisis del paquete o programa	89

## **CAPITULO V: EL PROCESO DE PRODUCCION 93**

<b>EL PROCESO DE PRODUCCION DE PROGRAMAS TURISTICOS</b>	<b>95</b>
Determinantes del producto	95
<b>DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION</b>	<b>102</b>
<b>LA PROGRAMACION</b>	<b>104</b>
Concepto	104
Etapas de la programación	105
<b>LA OPERACION</b>	<b>107</b>
Concepto	107
Etapas de la operación	108
Conclusión	110

## **CAPITULO VI: LA PROGRAMACION 111**

<b>LA CALIDAD</b>	<b>113</b>
<b>EL TIEMPO</b>	<b>116</b>
El tiempo y el viaje	118
El tiempo y las prestaciones de servicios	118
El tiempo personal o de descanso	118
El tiempo para prácticas deportivas	119
El tiempo de las prestaciones no incluidas en el programa	119
<b>LOS ATRACTIVOS</b>	<b>119</b>
<b>EL PRECIO</b>	<b>122</b>
Fijación del precio en función del mercado de demanda	123
Fijación del precio en función de la competencia	126
Fijación del precio en función del costo	127
<b>LA METODOLOGIA DE PROGRAMACION</b>	<b>127</b>
Etapas de la programación	129

<b>CAPITULO VII: METODO PARA ELABORAR PROGRAMAS</b>	<b>133</b>
EL PROGRAMA RECEPTIVO	135
1º Etapa: determinación del objetivo	135
2º Etapa: diagramación del circuito	138
3º Etapa: confección del itinerario	140
4º Etapa: cotización del programa	145
5º Etapa: redacción del programa resultado	152
<b>CAPITULO VIII: LA OPERACION DEL PROGRAMA TURISTICO</b>	<b>157</b>
CARACTERISTICAS DE LA FUNCION OPERATIVA	159
Prestación a través de terceros	160
Prestación directa de servicios	161
La operación emisora	162
La operación receptiva	162
ETAPAS DE LA FUNCION OPERATIVA	163
Primera Etapa: organización de la prestación	163
Segunda Etapa: prestación del servicio	168
Tercera Etapa: control de las prestaciones	175
<b>CAPITULO IX: TECNICAS AUXILIARES A LA PRODUCCION TURISTICA</b>	<b>177</b>
LA ENTREVISTA	179
ANALISIS DEL DESTINO TURISTICO	181
LA NEGOCIACION	185
LA CREATIVIDAD	187
<b>ANEXO</b>	<b>193</b>
FUNCION OPERATIVA: MODELOS DE FORMULARIOS	195