



INDICE

PROLOGO	7
CAPITULO 1	9
MARCO CONCEPTUAL	9
Características del producto turístico	9
Características del espacio turístico	10
Características del mercado turístico	12
Políticas, estrategias y tácticas	13
Políticas	13
Estrategias	14
Tácticas	14
Precisiones	15
CAPITULO 2	19
LOS PROYECTOS TURISTICOS	19
El concepto de proyecto	19
Tipo de proyecto	20
Proyectos de organización	20
Proyectos de marketing	23
Proyectos de acondicionamiento del espacio turístico	24
Proyectos de apoyo a la práctica de actividades turísticas	28
CAPITULO 3	29
IDENTIFICACION Y FORMULACION	29
Identificación	29
Necesidades y tipo de problema	29
Variables para la identificación de proyectos	32
Escala del problema	33
Recursos de capital	35
Medio físico	35
Tipo de demanda	39
Nivel de la oferta	41
Expectativas de la demanda	42
Elaboración de estudios auxiliares	42
Identificación	43
Formulación de proyectos	44
Perfil general	44

Perfil detallado	45
Estudio de prefactibilidad	47

CAPITULO 4	53
LOCALIZACION	53
Marco teórico	53
Tipo de proyecto	55
Tamaño del proyecto	55
Tipo de lugar	56
Monto de la inversión	57
Demanda	58
Interacción de las variables de localización	58
Microlocalización	60
Macrolocalización	63
Proyectos de desarrollos turísticos	63
Proyectos de infraestructura	68
Proyectos autónomos y subordinados	68
Los <i>Master Plan</i>	69

CAPITULO 5	71
DIMENSIONAMIENTO	71
Descripción del problema	71
Método para dimensionar un desarrollo turístico según las actividades turísticas programadas	73
Programa de actividades	74
Tipo de servicios	75
Perfil de la demanda	75
Tiempo de funcionamiento y ocupación de los servicios	77
Reducción del uso de los servicios a horas de uso pleno	77
Tiempo de uso de los servicios por tramo de edad	79
Fracción de cada servicio que un turista consume diariamente	82
Dimensionamiento de los servicios	82
Utilidad del método	85
Método de dimensionamiento a partir de la propensión al consumo	86
Cálculo de demanda	86
Definición de los servicios y cálculo de su consumo	91
Dimensionamiento de la planta productiva	94
Síntesis del procedimiento	111
Utilidad del método	114

BIBLIOGRAFIA	115
Indice de nombres y de temas	117

CUADROS

1. Proyectos propios de la planta turística	25
2. Proyectos de infraestructura	26
3. Variables de identificación	32
4. Subproyecto 102: Dimensionamiento de mercado artesanal	49
5. Subproyecto 102: Costo del mercado artesanal	51
6. Interdependencia de las variables de localización	59
7. Análisis de terrenos	64
8. Localización de playas. Variables internas	67
9. Localización de playas. Variables externas	67
10. Clasificación de las localizaciones	68
11. Listado de actividades	75
12. Correlación entre actividades y servicios	76
13. Tiempo de funcionamiento y uso de los servicios	77
14. Reducción del uso de los servicios a horas de uso pleno	78
15. Tiempo de uso de los servicios	80
16. Dimensionamiento de los servicios para 5.000 usuarios	83
17. Participación del proyecto en la demanda externa	87
18. Proyecciones de demanda	90
19. Días/Turista/Año	91
20. Servicios del proyecto	92
21. Redistribución de la demanda según tipo de alojamiento	93
22. Ejemplo de multiplicación matricial	93
23. Redistribución de la demanda según tipo de alojamiento	94
24. Propensión al consumo de los servicios turísticos	95
25. Número anual de unidades de consumo de cada servicio	96
26. Unidades de consumo y dimensionamiento de los servicios	97
27. Factores de dimensionamiento	98
28. Unidades de dimensionamiento de los servicios	100
29. Unidades de dimensionamiento de los servicios	101
30. Cronograma de incorporación al servicio de las unidades de explotación	104
31. Crecimiento del alojamiento durante el periodo de maduración	107
32. Ajuste del número anual de días/visitantes por tipo de alojamiento y recreacionistas	109

33. Ajuste del número anual de las unidades de consumo de cada servicio	110
34. Ajuste de las unidades de dimensionamiento de cada servicio	111
35. Cronograma de incorporación de las unidades de explotación durante el período de ajuste	113