

Oferta Turística

Es la disposición, propuesta o suministro en el mercado del conjunto de todos los productos, servicios y bienes, con condiciones pactadas específicamente sobre un precio, lugar, cantidad, forma y periodo de tiempo (denominados productos turísticos) que son atractivos para ser comprados por el visitante o consumidor.

Características de la oferta turística:

- La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y, por lo general, no puede ser transportado.
- Esta oferta o disposición de servicios turísticos se genera:
 - En el mismo sitio donde se otorga (por ejemplo, comer en un restaurante);
 - O los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios, ya que supone un desplazamiento al generarse en un lugar diferente al que es otorgado, mediante un servicio intermediario, por ejemplo, una agencia de viajes en forma física o por vía Internet en forma on-line o virtual (a través del mismo sistema de la empresa por medio también de una agencia de viajes o por medio de una agencia de comercio).
- Los recursos turísticos son los atractivos naturales, culturales o históricos que contienen en sí mismos una utilidad en el mercado, debido a su valor y su aprovechamiento.
- Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir no se consumen al ser utilizados pero sí sufren deterioro, en caso de no ser protegidos en forma adecuada. Por ejemplo, nieve, playas, desiertos etcétera.

Oferta Turística

Factores que influyen en la oferta turística:

- Objetivos de la empresa.
- Precio de venta de los bienes/servicios turísticos.
- Precios de los factores de producción.
- Estado de la tecnología.

A continuación se mencionan algunos ejemplos de lo que aporta la oferta turística:

- Una 1a plataforma de integración o reingeniería en los procesos propios del negocio, en costos, precios, volumen de transacciones, sistemas, y demás.
- Un enlace o unión estratégica entre las empresas turísticas,
- La innovación de productos turísticos ofertados.
- Los servicios de valor añadido sobre el producto.
- El conocimiento sobre la competencia del producto en el mercado.
- Suma de márgenes de utilidad que aseguren el éxito de la empresa.
- La aportación ideal: el conocimiento sobre las necesidades y deseos del visitante.

Oferta Turística

Componentes de la oferta

Es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Se habla entonces que la oferta comprende el patrimonio turístico de una nación.