Tecnólogo en

Guianza Turística



Conceptualización básica del turismo

SENA

CC BY NC SA



Tabla de contenido

Introducción **3**

Mapa conceptual **4**

1. Turismo **5**

Historia (origen y evolución) 5
Conceptualización del turismo 15
Clasificación 17

2. Sistema turístico **21**

Componentes 22
Cadena de valor del turismo 30

3. Impactos del turismo **31**

Impactos económicos, socioculturales y ambientales 31
Capacidad de carga (límite de cambio aceptable) 33
Prevención de impactos ambientales 34

4. Producto turístico **34**

5. El guía de turismo **36**

Funciones 37
Principios de atención al turista 37
Tipos de guías 38
Tarjeta profesional de guía de turismo 39

6. La ética del guía de turismo **42**

7. Marco legal institucional **44**

Normas Técnicas Sectoriales para el guía de turismo 47
Políticas nacionales de turismo 50
Turismo, paz y convivencia (turismo en el posconflicto) 52

8. Plan Sectorial de Turismo **54**

9. Inventario turístico **57**

Referencias **62**



Introducción

> El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios (profesionales). Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

Como actividad, el turismo se relaciona con la educación, el descanso, el placer y la recreación; su estudio exige marcos teóricos y metodológicos que lo conceptualicen con el fin de planear rigurosamente su ejercicio con el propósito de fortalecer el entorno en el que se realiza. Es sustancial abordar el estudio del turismo desde su origen y evolución, hasta la dinámica mundial y nacional actual, teniendo en cuenta los aspectos básicos del sistema turístico como la ética, el marco legal y los segmentos de la industria que impactan en forma directa en la economía de las naciones.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014), el impacto económico y social generado por los viajes y el turismo, teniendo en cuenta las cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), representa cerca del 9 % del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y es responsable de 1 de cada 11 puestos de trabajo de muchos países.

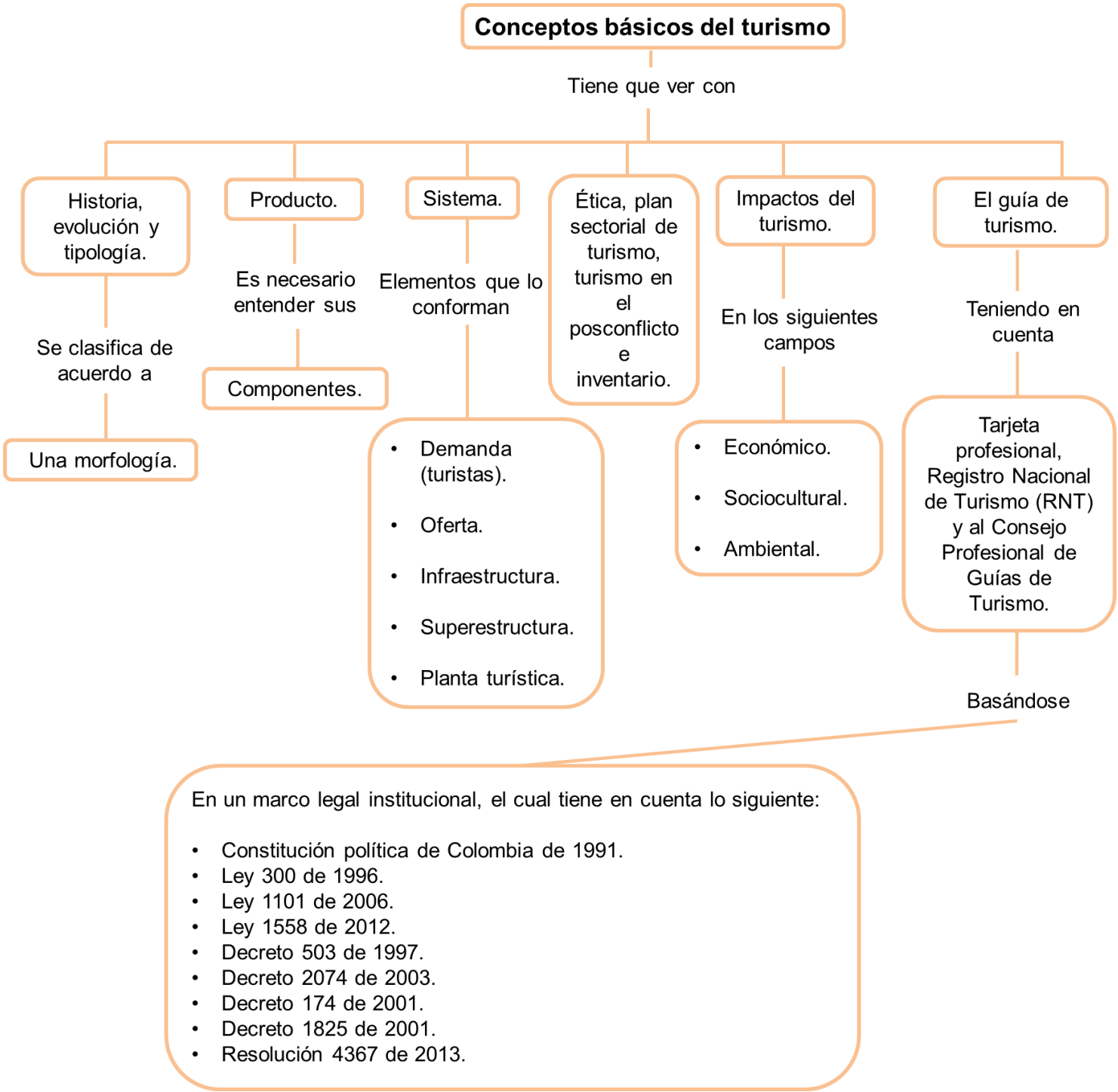
Se prevé que dicha actividad alcanzará para el año 2024, un crecimiento promedio del 4,4 % anual, generando un 3,5 % del PIB; es decir 75 millones de puestos de trabajo y 11 billones de dólares en ganancias a nivel mundial.

En Colombia de acuerdo al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2017), el turismo ocupa el tercer renglón de la economía nacional con más de 5 millones de turistas extranjeros en el año 2016, por encima de Republica Dominicana, Argentina y Perú, y su inminente crecimiento por cuenta de la resolución del conflicto armado impone al país la necesidad de mejorar la competitividad del sector desde cada uno de los elementos del sistema turístico.

Resulta entonces un reto también para el guía de turismo como prestador de servicios profesionales de guianza, brindar a los turistas una experiencia placentera y satisfactoria, para lo cual debe prepararse profesionalmente para el cumplimiento de sus funciones (orientar, conducir, instruir y asistir). En aras de contribuir a tal preparación, este material de formación le permitirá conocer sobre la evolución histórica del turismo, el desarrollo de este como factor dinamizador de la economía del país y las regiones, los tipos o segmentos de la industria turística, así como el marco normativo que rige en el país para el sector, con énfasis en el quehacer de un guía de turismo.

Mapa conceptual

En el mapa conceptual que se comparte a continuación, se evidencia la interrelación temática del contenido que se plantea en este material de formación:



1. Turismo

Historia (origen y evolución)

El turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación desde la prehistoria, cuando el hombre necesitaba desplazarse en busca de alimento, mejor clima o para salvaguardar su vida, hasta convertirse hoy en un hecho social que lo define como uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez.

Los hechos históricos de la humanidad y las naciones constituyen referentes que permiten comprender como los desplazamientos del hombre van de la mano con acontecimientos como la invención de la rueda, la máquina de vapor, los vehículos y el avión, los cuales hoy representan un factor fundamental en el desarrollo de la industria turística. Entre las épocas y acontecimientos históricos que han influido en el desarrollo del turismo mundial se encuentran:



Fuente: SENA

Edad Antigua

En el primer momento de esta época no se puede afirmar que el ser humano viajaba para realizar actividades propias del turismo, pero sí que se desplazaba de un lugar a otro por diferentes motivos tales como: el clima, los alimentos (persiguiendo los grandes mamíferos de clima frío) y la presión de otros grupos. Cuando el hombre descubre la agricultura, la ganadería y el comercio, se vuelve sedentario, entonces, los desplazamientos se hacen hacia esos núcleos urbanos incipientes.

> Ya en el año 1700 a. C., el rey Hammurabi de Babilonia inició la tradición de viajar a las poblaciones de su imperio, para así asistir especialmente a fiestas y ritos religiosos. (Trujillo, 2016)

Mesopotamia es una de las primeras civilizaciones, ubicada en la franja geográfica entre los ríos Tigris y Éufrates (actual Irak); en esta sociedad ya existían las clases sociales (sacerdotes, mercaderes, artesanos, arrendatarios de tierras y esclavos).

La agricultura fue la principal actividad económica de Mesopotamia. Se desarrollaban actividades agrícolas (cereales y hortalizas), ganaderas (vacas, ovejas, asnos y cabras), artesanías (tejidos, cueros y cerámica) y el comercio (importación de materias primas); se empezaron a utilizar las monedas en los intercambios y apareció asimismo el arte, la escultura, la pintura, la arquitectura, la cerámica y la metalurgia.

Las culturas de Mesopotamia fueron pioneras en muchas ramas del conocimiento donde desarrollaron la escritura, la cual se denominó como cuneiforme. En el campo del derecho crearon los primeros códigos de leyes, en arquitectura desarrollaron importantes avances como la bóveda y la cúpula y crearon un calendario de 12 meses y 360 días, entre otros importantes aspectos.

Los sumerios tuvieron que ver con la existencia de la rueda, del arado (instrumento agrícola compuesto de una o más piezas de hierro acabadas en punta y que sirve para remover la tierra, tirado por animales), del barco de vela, así como con la invención del dinero. No obstante, el mayor aporte a los viajes fue la construcción de carreteras que estaban pavimentadas con piedra y arcilla que conectaban las principales ciudades del pequeño imperio, con el fin de comerciar para el intercambio de productos en otras ciudades.

Los primeros viajes organizados de los que se tiene razón fueron realizados por los grandes imperios persas, asirios, griegos, egipcios y romanos, quienes diseñaron las primeras rutas terrestres y marítimas para los intercambios comerciales y militares.



Fuente: Pixabay (2009)

Egipto

Los primeros viajes que pueden ser similares al turismo tuvieron lugar en Egipto, centro de mayor importancia para viajeros y comerciantes de aquella época, donde se desplazaban con la finalidad de presentarse al faraón o para observar los monumentos, pirámides u otras maravillas de la construcción egipcia; la mayoría de estos monumentos llevaban más de mil años en ese lugar y constituían un fuerte atractivo para la gente de la época. Asimismo, quedaron rutas establecidas por los comerciantes, entre ellas la ruta del Nilo y la ruta del Mar Rojo.

En la antigüedad una parte importante era el ocio de los jóvenes, quedando reflejado en numerosos testimonios como en la decoración de las tumbas, vasijas y ostraca; aunque algunas actividades como las artes marciales, el atletismo y el tiro con arco también se destacaron.

Grecia

La hospitalidad era un deber fundamental y sagrado. Los extranjeros que llegaban a las fiestas religiosas o miembros de una colonia, siempre mantenían lazos con la metrópoli y eran albergados. El huésped invitado tenía siempre el privilegio de extender la invitación a otro.

Cuando los viajes fueron más frecuentes, en los caminos se empezaron a establecer algunos albergues que daban alimento y abrigo a los viajeros. En ocasiones se construían templos principales llamados pandokeimon, los cuales eran destinados a los peregrinos para alojarse gratuitamente. Los dos geógrafos e historiadores Hecateo de Mileto y Heródoto de Halicarnaso, fueron los grandes viajeros de la Edad Antigua.

> En la Antigua Grecia se le daba gran importancia al ocio y al tiempo libre, dedicados a la cultura, religión, deporte y diversión; los desplazamientos más destacados se realizaron con motivo de asistir a los juegos olímpicos, tanto los participantes como los espectadores solicitaron alojamiento y servicio de alimentación. Igualmente los romanos asistían a peregrinaciones religiosas, festividades, y en esta época concurrían a baños termales (termalismo), con propósitos ya de turismo; además realizaban grandes eventos como el teatro y realizaban desplazamientos usuales hacia el mar (turismo de descanso). Estos viajes de placer fueron realizados teniendo en cuenta tres factores fundamentales: la paz romana, importantes vías de comunicación y la prosperidad económica. (MDZ, 2016)

Edad Media



Fuente: Pixabay (2016)

En la Edad Media el Imperio romano entra en crisis, la economía, la organización social y el arte decayeron teniendo como consecuencia el traslado de la población a zonas rurales. Durante esta época la estructura económica se basaba en la agricultura y el latifundio, donde solo la posesión de tierra confería riqueza y poder; asimismo surge un tipo de viaje nuevo como es el caso de las peregrinaciones religiosas, especialmente hacia los lugares considerados sagrados del cristianismo y el islamismo.

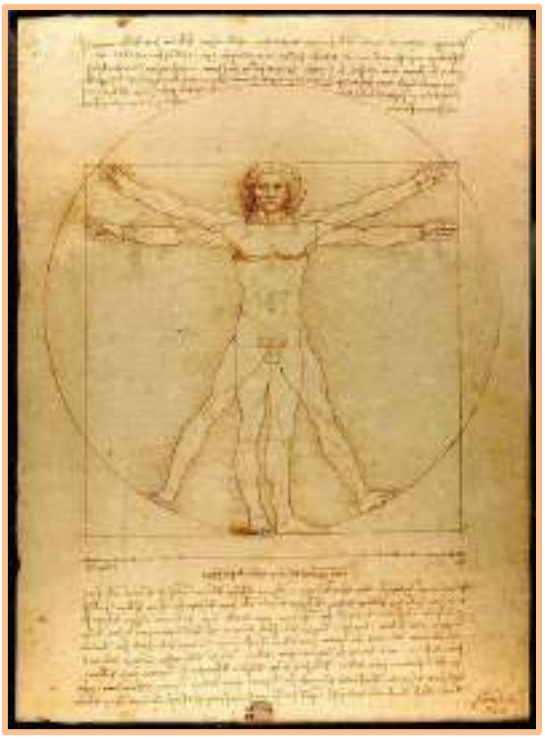
En este tiempo se presentan las cruzadas, las cuales contribuyen a revitalizar el comercio y los viajes, favoreciendo el traslado de soldados, peregrinos y mercaderes que transitaban los caminos de la Europa medieval.

Posterior a las cruzadas, aparece la orden de San Juan de Jerusalén, integrada por un grupo de caballeros hospitalarios, cuya finalidad era brindar protección a los peregrinos y defender los lugares santos, lo que permitió el apogeo del turismo religioso. De esta etapa se destaca la figura de Marco Polo, un veneciano mercader y viajero, quien se hizo famoso por sus relatos que atribuyen el viaje a Asia Oriental (Mongolia y China); fue un hombre que aprendió a comerciar en Venecia mientras su padre Niccolò y su tío Maffeo viajaban por Asia. Sus famosos viajes fueron tema para su “Libro de las maravillas” o también conocido como “El libro del millón”.

> Aparecen también las reconocidas y famosas excursiones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el camino de Santiago de Compostela. En 1814 se descubre la tumba del santo, generando continuidad a las peregrinaciones por toda Europa y dando inicio a la creación de mapas, rutas y todo tipo de servicios para los caminantes, acompañados por albergues y posadas; en la mayoría de los casos eran las comunidades religiosas quienes hospedaban a los peregrinos. Cabe mencionar que los propietarios de las principales posadas de Florencia, fundaron el primer Gremio de Posaderos para así transformar el hospedaje en una actividad comercial. (Guerrero y Ramos, 2014)

Lo anterior provocó un aumento del turismo durante la baja edad media (siglo Xl hasta el XV) y la creación de posadas, mesones y hostales. En este periodo el turismo religioso tuvo un gran auge al instituirse los Jubileos de Roma, ya que trajeron múltiples peregrinaciones provenientes de todo el mundo cristiano para visitar el sepulcro de San Pedro; estas peregrinaciones dieron origen a los vocablos “romería” que se refiere a viaje o peregrinación y “romero” o peregrino que participa en la romería.

Edad Moderna



Fuente: Pixabay (2007)

El paso entre la Edad Media y la Edad Moderna, se ve influenciada por el Renacimiento, época en que la mayor preocupación de los nobles era trascender y alcanzar la inmortalidad, para lo cual financiaban desde la búsqueda de la eterna juventud, hasta las artes y las ciencias, llevando esto a inventos y viajes que generarían eventos históricos como el viaje de Cristóbal Colón en 1492 para buscar la ruta más corta hacia las Indias Orientales, lo que derivó en el descubrimiento de América y en una nueva época de viajes, ahora intercontinentales.

Entre 1454 y 1789 aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). En aquel tiempo las grandes personalidades viajaban acompañadas de su comitiva, en ocasiones muy numerosa, por lo que no era posible alojar a todos en el palacio, razón por la cual se crearon este tipo de alojamientos.

Fue la época de las expediciones marítimas españolas, británicas y portuguesas, ya que se despertó la curiosidad por conocer nuevos pueblos y lugares, lo que dio origen a una nueva era en la historia de los viajes.

En el año 1500, con el crecimiento de Inglaterra y el desarrollo del comercio, aparece un nuevo tipo de turistas que viajaban para ampliar su experiencia y conocimiento.

Edad Contemporánea



Fuente: Pixabay (2016a)

En el año 1670, a los aristócratas jóvenes cuando terminaban sus estudios, se les recomendaba viajar a Francia, Italia y Alemania para completar sus conocimientos y obtener experiencia personal. Estos viajes tenían una duración cercana a los 2 o 3 años; esto fue conocido como el Grand Tour, el cual se convirtió en una necesidad para la formación de los futuros administradores y dirigentes políticos. De este vocablo se deriva la palabra turismo, y se comienzan a desarrollar centros vacacionales, como por ejemplo el de Bath en Inglaterra y el de Baden en Alemania, entre otros. Entre los principales lugares visitados y las rutas utilizadas durante la realización del Grand Tour se encuentran particularmente con más afluencia las ciudades de Florencia, Venecia, Génova, Bolonia, Roma y Nápoles.

Entre los años 1750 a 1850 la Revolución Industrial en Europa creó la base para el turismo de masas. La gente que trabajaba en la agricultura se fue a las fábricas, por ende creció la riqueza, la educación de la clase media y el aumento del tiempo libre, lo que originó una demanda de actividades de turismo vacacional.

En esta era de la historia nacen las expediciones marítimas, las cuales dan paso al mercantilismo como una forma de turismo, lo que genera el crecimiento económico de grandes potencias mundiales; asimismo aparece la geografía como ciencia y el interés por conocer y viajar.

El turismo como actividad económica con los criterios de ocio, descanso y placer, tiene sus orígenes a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX. El nacimiento de los cambios sociales que se presentaron en ciertas sociedades de Europa occidental en el siglo XIX, se debieron fundamentalmente a dos procesos históricos: la Revolución Industrial y la Revolución Francesa, siendo el turismo uno de los principales beneficiarios como mayor industria en el mundo a finales del siglo XX. Los acontecimientos de esa época se ven expresados en transformaciones aceleradas en la economía, la sociedad y la tecnología, reflejados en la revolución industrial; sumándole que la burguesía dispone de recursos económicos para la práctica del ocio y el tiempo libre para viajar.

La revolución de los medios de transporte que se dio durante el siglo XIX en Europa, incidió de manera directa en el desarrollo económico y social de muchos países; de hecho fue en esta época donde se produjeron grandes inventos y avances tecnológicos como:

La máquina de vapor, la cual permitió la reducción en los transportes en los que se empleaba la fuerza animal como medio de locomoción; los carriles eran de madera y su uso se limitaba a las minas para el transporte de carbón.

La comercialización de productos necesitaba de un transporte rápido y eficaz por medio de los modernos barcos de vapor, y el ferrocarril, el cual permitió viajar a óptimas velocidades.



Fuente: Pixabay (2011)

Igualmente, el carbón se va viendo reemplazado como primera fuente de energía por los productos derivados del petróleo; la invención del automóvil cambiará de manera irreversible la vida en la ciudad y las dos tecnologías estrella de la época, el petróleo y la electricidad, supondrán dos alternativas para la evolución de los medios de transporte como el ferrocarril, los barcos, los tranvías, el metro o el avión.

Por otra parte, inventores de Europa y Estados Unidos idearon el telégrafo eléctrico, encontrando la necesidad de comunicarse de forma inmediata a larga distancia (primera aplicación de la electricidad en las comunicaciones durante el siglo XIX).

Las compañías ferroviarias fueron las primeras en comprender el significado del telégrafo y en utilizarlo, permitiendo establecer un horario uniforme (ferroviario), en toda la red de vías, creando un sistema de señales que mantuviera a los trenes a una distancia segura entre sí, empleándolo también para pedir ayuda. Una de las ventajas del telégrafo era la velocidad con que las noticias podían difundirse.

El inglés Thomas Cook (considerado el padre del turismo moderno), a mediados del siglo XIX hace su mayor aporte al definir la actividad de excursión organizada, la cual hoy se conoce con el nombre de paquete turístico, permitiendo así a la población, el acceso a los viajes vacacionales.

> Durante la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX, hasta el inicio de la primera Guerra Mundial (1914-1918), es posible observar un rápido crecimiento de la actividad turística no solo en Inglaterra, sino también en el continente europeo, donde debe mencionarse como hecho relevante el auge experimentado por la Costa Azul en la Riviera Francesa, esto generó grandes posibilidades económicas creando así en 1851 la primera agencia de viajes del mundo "*Thomas Cook and Son*"; hay que destacar que Thomas Cook inventó el bono o *voucher*, documento que ha permitido ser utilizado en hoteles de servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes. Una de las empresas más grandes y de mayor competencia para la agencia de Thomas Cook era la famosa *American Express*, de Henry Wells y William Fargo que inicialmente se dedicaban al transporte de mercancías para luego convertirse en una de las agencias más prestigiosas; asimismo aparece un sistema de financiación y emisión de cheque que se puede canjear por papel moneda, protegiendo de la misma manera al turista de pérdidas o robos. (Eumed, s.f.)

Según Trujillo (2016), a nivel social, en el año 1900, los sindicatos logran que se apruebe la jornada de 10 horas (salario justo y tiempo libre), constituyéndose así el primer paso hacia el turismo actual.

En el campo moderno se destaca Cesar Ritz, pionero de la hotelería, quien trabajó como hotelero en el *Grand Hotel National* en Lucerna, el cual era uno de los más prestigiosos y exclusivos hoteles. Su reconocimiento se debe a que mejoró todos los servicios del hotel, creando la figura del sumiller (trabajador encargado de la gestión de la compra y conservación de los vinos y cualquier otra actividad relacionada con la enología); introdujo también el cuarto de baño en las habitaciones y revolucionó la administración hotelera.

Terminada la primera y segunda Guerra Mundial, comienza la fabricación en masa de automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa, comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

Igualmente con la aparición del avión y las compañías de navegación, las distancias se reducen, posibilitando el auge del turismo.

Entre los años 1950 y 1973, el turismo internacional crece a un ritmo acelerado; este desarrollo se presenta por los cambios en políticas internacionales, fomentado la

cultura del ocio y el descanso en el mundo occidental, sumándosele también la revolución de la aviación en masas.

En la década de los 80 el nivel de vida del turismo se convierte en el motor económico de muchos países, esto trasciende por la mejora en el transporte (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos chárter). En estos años se produce una internacionalización de grandes empresas hoteleras y de tour-operadores que buscan nuevas maneras de utilizar el tiempo libre (parques temáticos, salud, deporte, entre otras); el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos.

> En la década de los 90 suceden grandes acontecimientos, entre ellos la caída de los regímenes comunistas europeos, la guerra del Golfo, la reunificación alemana, las guerras de Yugoslavia, las cuales incidieron de forma directa en la historia del turismo.
>
> En este caso se limita la capacidad receptiva en la adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de los monumentos, se multiplica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor). (Urtecho, 2015)

El turismo empieza hacer parte de la agenda de los gobiernos y de los organismos nacionales e internacionales, implementando políticas de promoción, planificación y comercialización, y trabajando en el desarrollo turístico sostenible con énfasis en la responsabilidad social y empresarial.

Entre los años 1990 y 1999, nace el concepto de turismo sustentable definido como el conjunto de actividades turísticas respetuosas y participativas con el medio ecológico, cultural, social y con los valores de una comunidad, los cuales permiten disfrutar de un positivo de intercambio de experiencias y necesidades entre residentes y visitantes. En este mismo periodo nacen las escuelas especializadas y la profesionalización de la actividad turística, ya que la industria se preocupa más por capacitar y formar específicamente a sus empleados.

Siglo XXI

> En el año 2001 se realiza el primer viaje espacial por parte del magnate norteamericano Dennis Anthony Tito, abriendo la posibilidad de viajes turísticos espaciales. En las primeras décadas del siglo XXI, las tendencias indican el aumento de viajes internacionales desde Asia Oriental y el Pacifico, convirtiéndose en región emisora de turistas, desplazando a América y Europa. El segmento de sol y playa estará orientado hacia destinos cada vez más lejanos y exóticos. Se prevé el incremento de la demanda de vacaciones combinadas con visitas turísticas de interés especial. El turismo de aventura se estima que crecerá ante los requerimientos de nuevas experiencias y riesgos.
>
> El turismo de naturaleza adquiere un nuevo impulso ante la renovada conciencia ambiental y cultural. Por todo lo anterior, se concluye que el mundo del turismo experimenta un alto crecimiento. Los países en vía de desarrollo deben hacer grandes esfuerzos de inversión en búsqueda de la paz, la infraestructura y la promoción turística, si pretenden ser partícipes de esta bonanza. (Trujillo, 2016)

Existe más conciencia ecológica por parte de los gobiernos y desarrolladores de infraestructura y servicios turísticos, porque cuando se construye (cualquiera que sea la forma) se hace respetando el entorno natural, las reservas ecológicas y los recursos no renovables.

En 2007 se introduce el boleto electrónico o comprado vía telefónica, el cual se imprime desde cualquier equipo de cómputo, reduciendo la cantidad de papeleo y el costo de los boletos.

Los grandes avances en la era de la informática de alta velocidad, satélites, computadoras, comunicación a distancia, celulares, fax, televisión de cable, videocomunicación, llaves magnéticas o sensores, internet, el multimedia, e incluso con el uso del dinero digital; son todas herramientas que permiten estar plenamente enterado de todo lo que sucede en el acontecer de cualquier ámbito, ayudando además a la labor diaria en la operación de una empresa turística.

Tales avances permiten a la industria turística tener un mayor contacto con los consumidores a través de sitios web, aplicaciones multimedia y las redes sociales, facilitando la tarea de proveer información inmediata de sus servicios y la reserva directa a sus clientes, y a los turistas, la accesibilidad a la información e historia del destino, así como los prestadores de servicios locales, entre otras facilidades.

Cada vez es más alta la interacción de personas entre los 18 y 34 años con las tecnologías al servicio del turismo; entre los beneficios que encuentran con su uso se hallan:

- Disponibilidad de información.
- Facilidades en la reserva y compra de todo tipo de servicios (tiquetes y hospedaje) con el beneficio de comparar precios y calidad de acuerdo a la necesidad del cliente.
- Servicio personalizado.
- La localización de opciones de recorrido o ubicación propia a través del Sistema de Posicionamiento Global (GPS).
- Evaluación de los servicios a través de las sugerencias y opiniones del cliente.
- Acceso de los empresarios turísticos al marketing internacional.
- Reducción de costos mediante la automatización de reservas, la gestión de recursos humanos, materiales y el control de compras y gastos.

Para los empresarios y prestadores de servicios turísticos, es necesario conocer sobre el uso de facilidades tecnológicas como: *Property Management Systems* (PMS) o también conocido como *front* para el procesamiento de transacciones con respecto a la disponibilidad de las habitaciones, reservaciones y cargos al huésped;

Point of Sale (POS), los cuales procesan las operaciones de los centros de consumo; el tarificador o *tarif*, para el registro y cobro de llamadas, el *Back of the House Systems*, es decir sistemas contables, administrativos y financieros de la hotelería, derivados de los PMS y POS; *Central Reservation Systems* (CRS), son centrales de voz para procesar reservaciones; *Guest History* (GH), es el registro histórico del uso de servicios de una persona; *e-TICKET*, son los boletos electrónicos enviados a un portátil o celular; Sistemas Globales de Distribución (GDS), los cuales permiten buscar información de vuelos, hospedaje, renta de autos, entre otros, así como obtener acceso al sistema de reservaciones; *Credit Card Key* (*CC Key*), aplicación que registra la relación huésped-tarjeta de crédito para el pago de consumos, entre otros.

Conceptualización del turismo

El turismo ha sido objeto de definiciones por parte de diferentes disciplinas a lo largo de la historia, siendo algunos de los enfoques conceptuales los siguientes:

- Sociología: para el hombre, desplazarse y recrearse es una conducta inherente a su naturaleza desde principios de su historia, y el turismo le brinda un espacio lúdico libre de los compromisos propios de la vida cotidiana, con autonomía de tiempo libre y espacio de desarrollo.

- Economía: el desplazamiento de los seres humanos al efectuar un viaje turístico, genera un gasto que beneficia económicamente a la región donde se realiza.

El turismo como actividad económica tiene cinco características:

- Dinámica: esto se debe a que el turismo, no siendo un bien de primera necesidad, está dentro de la categoría de los llamados bienes superiores.

- Transversal: el turismo no sólo genera crecimiento, empleo y efectos multiplicadores en las actividades directamente vinculadas al mismo (hoteles, restaurantes y agencias de viajes), sino también en una gran cantidad de otras actividades indirectamente relacionadas (transporte, comercio, industria, construcción, servicios financieros, entre otras).

- Altamente estacional: esta característica que atenta contra el uso eficiente de los recursos económicos es función principalmente de la fuerte concentración de los ciclos educacional y laboral, y no tanto del tipo de recursos turísticos, dada la variedad de atractivos disponibles en el país.

- Relativamente limpia: comparada con otras actividades económicas como las industriales, es menos contaminante del medio ambiente y con un menor uso de insumos energéticos por unidad de valor agregado.

- Impulsora del equilibrio regional: dada la excesiva concentración económica y poblacional hoy existente, el crecimiento de las características de la actividad económica de turismo y viajes constituye un fuerte impulso para su desconcentración y para lograr un mejor equilibrio regional. (Cámara Argentina de Turismo, s.f.)

El turismo consiste en aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Cabe resaltar que en la mayoría de las actividades previstas, el turismo se realiza en el tiempo de descanso o libre de obligaciones.

Turismo como aprovechamiento del tiempo libre

"Turismo: conjunto de actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios" (Ley 1558, 2012).

Se identifica que las actividades de recreación se constituyen en elemento vital para la dinamización del fenómeno, ya que el objetivo del turista sin importar las posibilidades de tipos de turismo, es recrearse, y casi siempre lo hace aprovechando el tiempo de ocio.

> Las diferentes corrientes de pensamiento que se ocupan del turismo, tienen su origen en las denominadas teorías compensatorias, las cuales se basan en el hecho de que si una sociedad piensa que se rige por el principio del mérito, el descanso es también merecido.
>
> El ocio se plantea entonces como la compensación a los esfuerzos y penalidades que forman la esencia de la vida productiva del ser humano. (Acerenza, 2006)

Básicamente el tiempo libre con que cuentan las personas es al finalizar su jornada laboral, los fines de semana y las vacaciones; los dos últimos tienen una mayor duración y utilidad para realizar desplazamientos.

La recreación

La administración de la recreación ofrece elementos importantes para potenciar el ámbito turístico, con el fin de dar nuevas posibilidades y beneficios a muchas de las empresas dedicadas a prestar servicios que buscan que el turista obtenga una mayor satisfacción.

Recreación

Bucher (1968)	Kraus (1971)	Ramírez (1982)
Actividades en las cuales participa una persona durante sus horas no laborales; estas actividades son elegidas voluntariamente para obtener una experiencia satisfactoria.	Actividades o experiencias realizadas durante el tiempo libre y que son elegidas voluntariamente por la persona participante para obtener satisfacción, placer y valores personales y sociales.	Actividades que se realizan en el tiempo libre de manera voluntaria y con carácter aficionado y que no están sujetas a normas o intereses laborales; estas actividades son capaces de desarrollar la personalidad y compensar carencias originadas en otros momentos de la vida.

Fuente: Cruz (2014)

Tal y como se vio anteriormente, pueden identificarse en las tres definiciones factores comunes que expresan como el turista hace uso de su tiempo libre en forma voluntaria, realizando actividades que le satisfacen.

El ocio

“Es un conjunto de ocupaciones que el individuo realiza con pleno consentimiento al momento de estar libre de ocupaciones, sugiriendo con ello que el ocio son las actividades desarrolladas en el tiempo de descanso” (Martínez, 2003).

Ocio

Argyle (1996)	Mundy y Dattilo (1998)	Cuenca (2000)
El ocio es el conjunto de actividades que una persona realiza en su tiempo libre porque desea hacerlas, sin presiones externas, con el objetivo de divertirse, entretenerse y desarrollarse a sí mismo.	El ocio es un espacio en el que ha de estar presente la libre elección para el logro de una autorrealización, como un derecho de la persona y como un medio para la mejora de la calidad de vida.	El ocio surge cuando se realizan actividades satisfactorias y gratificantes en el tiempo libre, decididas por uno mismo y gestionadas autónomamente.

Fuente: Latiesa, Martos y Paniza (2001)

Según lo que se aprecia en la tabla anterior, se encuentran conceptos en común como son el descanso, el desarrollo personal, la diversión, el deporte, la recreación y el turismo que se da en el tiempo libre.

Clasificación

El turismo es un fenómeno sociocultural de uso del tiempo libre, relacionado con la educación, el placer y el descanso; por su complejidad, es estudiado por disciplinas tan variadas como la sociología y la economía, entre otras, y su clasificación se realiza según la forma de viaje (morfología turística) y según el tipo de motivación (tipología turística).



Fuente: Pixabay (2016b)



Fuente: Pixabay (2016c)



Fuente: Pixabay (2016d)

Según la forma (morfología turística)

Tiene como propósito identificar la manera como se realiza el viaje, según el número de viajeros, la independencia de su realización y el tiempo de permanencia, entre otros factores. Los desplazamientos que realizan los viajeros pueden ser regionales, nacionales o internacionales.

- **Según el número de turistas:**
  - Turismo individual: es el practicado de manera singular.
  - Turismo grupal: en esta modalidad los turistas disfrutan viajando en grandes números.
- **Según el tipo de viaje:**
  - Organizado: adquiere todos los servicios a través de la compra de un paquete turístico (alojamiento, transporte, otros servicios turísticos, siempre y cuando dicha prestación sobrepase las 24 horas o incluya una noche de estancia). En esta modalidad el turista se encuentra sujeto a los horarios y actividades compradas, generalmente es un turismo masivo.
  - Independiente: es cuando el turista en forma autónoma contrata directamente con los prestadores de servicio y define dónde quiere ir y en qué horarios; igualmente realiza consumos independientes no programados.
- **Según la permanencia:**
  - Turismo itinerante: son los viajes en los que las personas permanecen por corto tiempo en un destino, siendo este el único lugar a visitar o parte de un circuito, en cuyo caso aplica el excursionismo.
  - Turismo de estadía: se caracteriza por mayor permanencia en el lugar de destino y generalmente está asociado al uso de sistemas de alojamiento extra hoteleros (residencias, apartamentos y condominios).
- **Según el tipo de operación:**
  - Turismo emisivo: en esta modalidad, la agencia de viajes donde se adquiere el paquete turístico se encuentra en un lugar diferente al sitio a visitar y tiene como destino cualquier punto del territorio nacional o del extranjero.
  - Turismo receptivo: se entiende así al turismo que llega al destino donde la agencia de viajes está localizada, prestando sus servicios, independientemente del punto de origen del visitante, el cual puede provenir del exterior o del propio territorio nacional.

- **Según el gasto:**

  - Turismo selectivo: turismo especializado al cual acceden grupos reducidos de personas, donde el gasto es selectivo según la capacidad y exclusividad.

  - Turismo popular: es el de mayor accesibilidad por parte de la población, en cuanto a gasto se refiere, pues influye mucho la facilidad de pago de los desplazamientos y estadías.

Según el tipo de motivación (tipología turística)

En el turismo la motivación por la cual las personas viajan, se considera el factor que define las actividades a desarrollar, determinando los tipos de turismo; tales actividades proporcionan elementos necesarios para el éxito del producto turístico, al brindar la satisfacción que la persona espera.

Dicha clasificación puede variar según los destinos, pues tiene estrecha relación con el tipo de actividades que se pueden realizar, por tal motivo, pueden encontrarse diferentes propuestas de tipologías de turismo. A continuación se muestran las más representativas de Colombia:

Clasificación del turismo

Diversión	Deportivo	Naturaleza	Negocios	Cultural	Salud
• Sol y playa. • Parques de atracciones. • Casinos. • Resort. • Parques temáticos. • Otras formas.	• Eventos deportivos. • Competiciones. • Aprendizaje de un deporte.	• Agroturismo. • Aventura. • Turismo rural.	• Congresos y convenciones. • Viajes de incentivos. • Ferias y exposiciones.	• Religioso. • Gastronómico. • Arquitectónico. • Étnico. • Festivales y fiestas. • Museos.	• Medicina curativa. • Medicina preventiva. • Medicina estética y bienestar.

Fuente: SENA

- Turismo de diversión: el turista busca evadir su cotidianidad relajándose, teniendo momentos de esparcimiento e interactuando en nuevos ambientes.

- Turismo deportivo:

  El término turismo deportivo hace referencia a los viajes que se realizan para ver o participar en un evento o actividad deportiva. El turismo deportivo es uno de los sectores con mayor crecimiento dentro de la industria mundial de los viajes, cada año se gasta más de 600 millones de dólares en este tipo de actividades.

Existen varias clasificaciones sobre el turismo deportivo. Gammon y Robinsom sugirieron que el turismo deportivo se dividiese en turismo deportivo estricto y blando, mientras que Gibson sugiere que existen tres tipos de turismo deportivo: turismo deportivo de eventos, turismo deportivo de celebridades y el turismo deportivo activo. (Turismo deportivo, s.f.)

- Turismo de naturaleza: “el turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como de las culturas tradicionales” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013). Adicionalmente se sugieren cuatro clasificaciones: agroturismo, ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura.

  - Agroturismo: turismo especializado en involucrar al turista con el campesino en las labores agrícolas, tales como recolectar café, ordeñar ganado, cultivar o realizar cualquier otra labor del campo.

  - Ecoturismo: desarrollado en áreas naturales para ofrecer a través de la observación, el estudio de los valores naturales y los aspectos culturales; la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante. Entre las actividades desarrolladas se encuentran las siguientes:

    - Avistamiento de aves: es el disfrute del ambiente a través del acto de observar e identificar aves en su hábitat natural.

    - Avistamiento de ballenas: actividad que desde tierra o desde una embarcación permite apreciar el comportamiento de las ballenas en funciones de su apareamiento, alumbramiento y crianza.

    - Senderos interpretativos: rutas o caminos que se recorren fácilmente y con seguridad en un área natural determinada. Es una herramienta de educación ambiental que acerca a las personas; en este caso el guía de turismo facilita la comprensión y el descubrimiento del conocimiento.

  - Turismo rural: es una actividad turística que se realiza en un espacio rural generalmente con el fin de suscitar diversión y descanso.

  - Turismo de aventura: actividades lúdicas recreativas de contacto directo con la naturaleza y fundamentadas en los elementos aire, tierra y agua; estas actividades de riesgo controlado son entre otras: parapente, rápel, escalada, rafting o canotaje, barranquismo o *canyoning*, ciclomontañismo, cabalgatas, puenting, espeleología, buceo, kayak, *hidrospeed*, pesca deportiva, entre otras.

    A continuación algunas definiciones:

    - Buceo: actividad subacuática con fines recreativos o deportivos, donde se sumerge la totalidad del cuerpo, cumpliendo con un equipamiento.

    - Rafting: deporte de aventura que consiste en descender a varias personas en una embarcación sin motor por un río de aguas rápidas.

- Rápel: es una técnica de descenso rápido por medio de una cuerda enlazada al cuerpo en paredes verticales.

- Torrentismo: es un descenso que se práctica por medio de la caída de torrentes de agua en cascadas de gran altura; es una actividad bastante extrema cargada de una gran dosis de adrenalina.

- Espeleología: estudio del origen y la formación de las cavernas (cuevas) y las cavidades subterráneas naturales, así como de su flora y fauna.

- Parapente: modalidad de paracaidismo deportivo que consiste en lanzarse desde una pendiente muy pronunciada con un paracaídas desplegado, efectuando un descenso controlado. En el parapente se aprovechan las corrientes de aire para prolongar el descenso.

- *Trekking*: se trata de un ciclo de entrenamiento enfocado a las actividades de montaña en entornos naturales y abiertos con fines recreativos.

- Pesca deportiva: es la actividad deportiva relacionada con el ámbito de la pesca; para ello hay diversas técnicas para llevarla a cabo y también existen competencias que pueden ser realizadas en ríos, lagunas, orilla del mar y a mar abierto.

- Turismo de negocios: los viajes de negocios en la economía globalizada actual son cada vez más frecuentes y son aprovechados para realizar actividades alternas de disfrute del destino.

- Turismo cultural: modalidad donde los turistas se desplazan para conocer otras culturas y aprender de ellas.

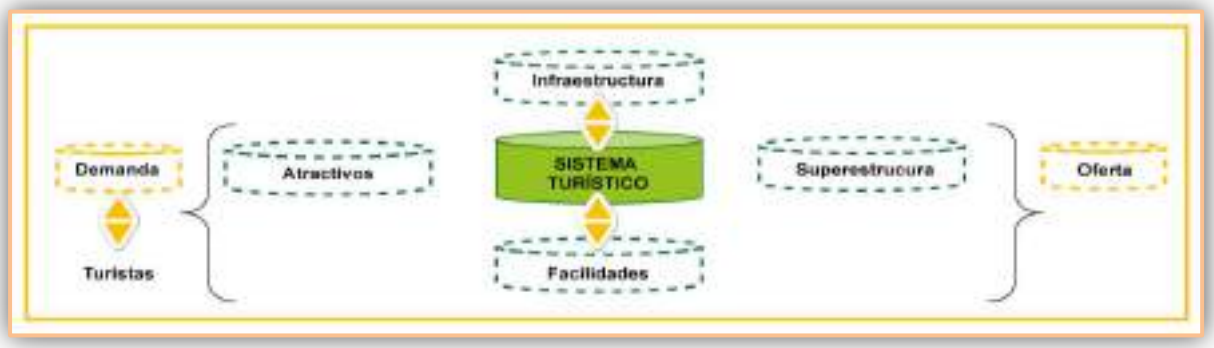
- Turismo de salud: concepto relacionado con el turismo de bienestar, fundamentado en una filosofía de atención personalizada, orientada a satisfacer y superar las expectativas del cliente.

2. Sistema turístico

En el ejercicio de la actividad turística intervienen un gran número de elementos, los cuales componen el sistema turístico, interrelacionándose entre sí con el propósito de generar un desarrollo organizado y planeado de la actividad, mediante su integración armónica para generar calidad y valoración del destino; cada uno de ellos realiza acciones y utiliza recursos que permiten cumplir un objetivo común.

Ese conjunto integrado por elementos como el espacio turístico, la comunidad receptora, la infraestructura, los operadores del mercado turístico, la planta turística y los organismos reguladores del turismo o superestructura, conforman un sistema de relaciones económicas, sociales, ambientales, políticas y culturales que permiten que la

oferta turística y la demanda turística, sean satisfactorias para el visitante. (Trujillo, 2016)



Fuente: Acerenza (1991)

Componentes

Los componentes del sistema turístico son la demanda turística, la oferta turística, la infraestructura y las facilidades o prestadores de servicios turísticos como se describe a continuación:

- **La demanda turística:** hace referencia al conjunto de consumidores reales o potenciales de los bienes o servicios turísticos, que de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. En tal sentido existen múltiples factores que determinan las características de los consumidores turísticos; los gustos y preferencias, los hábitos de consumo, la condición física, el estado civil, la ocupación, el nivel de ingresos y la edad, entre otros, los cuales se constituyen en elementos necesarios para la planificación de los servicios y las actividades turísticas.

Es importante resaltar que el sistema turístico funciona por la interacción del turista como elemento dinámico de los demás elementos del sistema cuando se traslada desde su región de origen, a través de una ruta o medio de transporte hasta la región de destino, requiriendo para su viaje motivación durante el mismo, servicios de transporte, alojamiento, alimentación, además de facilidades que le permitan disfrutar de una estancia agradable.

Tal interacción, dada a través de la adquisición de productos y servicios que satisfacen los requerimientos del turista en relación al viaje, genera transacciones económicas que demuestran porque la actividad turística es toda una industria.

- **La oferta turística:** es el conjunto de bienes tangibles (recursos y atractivos naturales o creados que constituirán el producto), bienes intangibles (clima, cultura o eventos) y servicios turísticos (alojamiento, alimentación, transporte, guianza y animación) que son ofrecidos efectivamente al turista. Es deber del guía de turismo, conocer la oferta de productos y servicios para informar al turista según sus requerimientos.

Es necesario diferenciar las instancias de desarrollo de la oferta turística, pues de ello depende el producto turístico:

- **Recurso:** está constituido por el patrimonio cultural, eventos o patrimonio natural que por su accesibilidad física o informática o desarrollo limitados, no cuenta con infraestructura o actividades; solo genera interés en un pequeño segmento poblacional.

- **Atractivo:** son los lugares, acontecimientos o manifestaciones culturales que por su valor histórico, cultural, natural o artificial despiertan el interés de los visitantes, brindando a los turistas las facilidades requeridas para la actividad turística, además de diversos servicios complementarios.

- **Infraestructura turística:** conjunto de elementos que facilitan los servicios turísticos como el desplazamiento, la permanencia y el disfrute de los atractivos y actividades, entre los cuales se halla el transporte y sus diferentes ramificaciones.

  - **Transporte:** se refiere a las vías de comunicación, terminales y tipos de transporte que facilitan el desplazamiento de los turistas del lugar de origen al correspondiente destino. Entre ellos se encuentran:

    - Transporte marítimo: medio de transporte trascendental entre Europa y Norteamérica desde mediados del siglo XIX hasta la segunda guerra mundial. En la actualidad, los cruceros turísticos por el Caribe se cuentan entre los más atractivos, tanto a abordo como en los destinos programados.

    - El transporte lacustre y fluvial: traslado de productos o pasajeros que se desplazan de un lugar a otro a través de ríos y lagos.

    - El transporte aéreo: servicio en avión para el traslado de pasajeros o cargamento con fines lucrativos.

    - El transporte terrestre: desplazamiento de personas o productos a otros lugares a través de un sistema de transporte de movilidad terrestre (vehículos, bus, camión, entre otros).

    - El transporte por vía férrea: comprende el empleo de trenes y vehículos ya sean de alta o baja velocidad que utilizan para su desplazamiento vías férreas.

			
Carreteras y vías **Fuente:** Pixabay (2014)	**Aeropuertos y terminales aéreos** **Fuente:** Pixabay (2015)	**Muelles y terminales de navíos** **Fuente:** Pixabay (2015a)	**Red férrea y estaciones** **Fuente:** Pixabay (2006)

- **Sanidad básica:** es el conjunto de elementos que permiten prestar servicios y desarrollar actividades saludables en el sector turístico, como son equipamiento e infraestructura necesaria como el servicio de energía eléctrica (alumbrado público, alumbrado domiciliario y red eléctrica).

  Si bien, los servicios hospitalarios no prestan servicios directos al turista, la coordinación del sistema de emergencias en un itinerario turístico se constituye en una necesidad preventiva de primera línea. Conocer los números de emergencia puede hacer la diferencia en momentos de crisis.

			
Recolector de basura **Fuente:** Pixabay (2017)	**Acueducto** **Fuente:** Pixabay (2007a)	**Alcantarillado de aguas pluviales y servidas** **Fuente:** Pixabay (2007b)	**Primeros auxilios y salud (servicios hospitalarios)** **Fuente:** Pixabay (2013)

- **Comunicación:** las tecnologías de las comunicaciones permiten acceder a la información.

	
Telefonía móvil **Fuente:** Pixabay (2017a)	**Internet** **Fuente:** Pixabay (2014a)

- **Superestructura o supraestructura:**

  Es el conjunto de organismos públicos y privados que directa o indirectamente intervienen en la regulación del sistema turístico con funciones específicas, en cuanto a normatividad, legislación turística, vigilancia o promoción, sirviendo de engranaje entre los atractivos, la infraestructura y planta turística para el óptimo funcionamiento de un sitio. (Trujillo, 2016)

Esta superestructura se ve representada a nivel mundial por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y a nivel nacional por entidades públicas y privadas, así:



Entidades públicas

Fuente: SENA

Este ente territorial tiene por objeto:

> Formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, la integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior. (Trujillo, 2016)

En 1996 en aras de seguir cumpliendo los objetivos solicitados, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo crea en 1996 al Viceministerio de Turismo con el fin de dar fortalecimiento institucional y legal a la industria del turismo.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo, orienta las políticas para el mejoramiento de la competitividad de los sectores productivos, incluidos los referentes al turismo, con el propósito de impulsar los destinos turísticos del país, mejorando la calidad de vida de los habitantes y regiones a través de la expedición de políticas y normas.

Viceministerio de Turismo

Es el organismo encargado de la ejecución y evaluación de la política turística, el desarrollo de planes y programas y la coordinación de entes públicos y privados para impulsar la competitividad y la sostenibilidad de los productos y destinos turísticos.

Procolombia

Es la entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera en Colombia, las exportaciones no minero-energéticas y la imagen del país.

Fondo Nacional de Turismo (Fontur)

Creado para el manejo autónomo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal, la cual se debe destinar a la promoción y competitividad del turismo, bajo los lineamientos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Los recursos destinados a la promoción y competitividad se ejecutan a través de Procolombia en el campo internacional, de igual manera al interior del país bajo la administración del Fondo Nacional de Turismo.

Algunas funciones del Fondo Nacional de Turismo son:

- Recaudar, administrar y ejecutar los recursos.
- Recaudo del impuesto al turismo.
- Financiar la ejecución de políticas de prevención y campañas para la erradicación del turismo asociado a prácticas sexuales con menores de edad, las cuales serán tratadas por el Ministerio de Desarrollo Económico en coordinación con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

Policía de turismo

En forma coordinada, la policía de turismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y los entes territoriales, trabajan con el objetivo de brindar seguridad, implementar medidas de control y prevención a los prestadores de servicios turísticos.

Su presencia en aeropuertos, puertos y terminales de transporte quedó establecida en la ley 1588 de 2012 y se ejecuta con personal capacitado en información turística, prestadores de servicios, además de la habilidad de un segundo idioma.

Organizaciones privadas

El sector turístico cuenta con un amplio y variado número de prestadores de servicios y sus asociaciones y agremiaciones constituyen una fuerza que unida a la de las entidades públicas propenden por el buen desarrollo de la industria turística.

Entre ellas se encuentran:

- **Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)**

  Institución creada en el año de 1945 por un grupo de comerciantes como una entidad gremial, de carácter permanente, civil y privado, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio y de orientar, representar y proteger sus intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país.

- **Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco)**

  Es una entidad sin ánimo de lucro creada en 1954 con el fin de agremiar y representar a los empresarios de la hotelería y demás de la industria turística, para así impulsar la competitividad y el desarrollo sostenible del sector.

  Como gremio participa de organizaciones internacionales de turismo y desde el sector hotelero, lo hace desde la construcción de las normas correspondientes a la hotelería en las mesas sectoriales.

- **Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo (Anato)**

  Fundada en Bogotá en 1949. Trabaja en la capacitación y el profesionalismo de las agencias de viajes y turismo; adicionalmente, hace parte de las mesas sectoriales que propenden por generar las normas técnicas de calidad de las agencias de viajes y de turismo en el país. Entre sus objetivos están:

  - Velar por el interés común de los asociados y llevar su representación.
  - Proponer y estudiar soluciones para la industria turística.
  - Propiciar el acercamiento del sector turístico.

- **Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodrés)**

  Asociación sin ánimo de lucro, fundada en 1957. Se conformó como una entidad nacional desde 1993 (constituida por capítulos); participa en la coordinación del trabajo para expedir las normas técnicas de calidad del sector.

Planta turística o prestadores de servicios turísticos

Es el conjunto de instalaciones y equipamientos con los que cuenta un destino turístico para satisfacer las necesidades y expectativas del turista, como por ejemplo hoteles, restaurantes, piscinas, juegos infantiles, canchas de golf y de tenis, aeropuertos, terminales, muelles, miradores, circuitos de senderos, teleféricos, entre otros.

Dentro de la planta turística o prestadores de servicios turísticos se encuentran:

- **Agencia de viajes y turismo:** las agencias de viajes están debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dedican profesionalmente a vender planes turísticos.

- **Agencias de viajes operadoras:** "empresas comerciales constituidas por personas naturales o jurídicas, que en forma profesional prestan servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios. Su operación es nacional para programas de agencias de viajes del exterior y del país" (Trujillo, 2016).

  Prestan además servicios de guianza, transporte y equipo especializado o elementos deportivos para las actividades programadas.

- **Agencias de viajes mayoristas:** empresas comerciales constituidas como personas naturales o jurídicas que se dedican a la programación de planes turísticos nacionales e internacionales para ser ejecutados por agencias de viajes operadoras y vendidos por agencias de viajes y turismo.

  Los planes turísticos son operados por corresponsales internacionales o agentes y vendidos por agencias de viajes y turismo.

- **Establecimientos gastronómicos, bares y similares:** tienen que ver con la producción, servicio y venta de alimentos o bebidas para el consumo. En casos muy especiales de oferta y calidad, algunos de estos lugares generan interés turístico.

- **Operador profesional de congresos, ferias y convenciones:** "son personas naturales o jurídicas que se dedican a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización" (Trujillo, 2016).

- **Empresas de transporte terrestre automotor:** es el servicio prestado por una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, a un grupo específico de personas ya sean estudiantes, asalariados, turistas (prestadores de servicios turísticos) o particulares.

- **Los establecimientos de arrendamiento de vehículos:** prestan el servicio de arrendamiento de vehículos con o sin conductor, con servicios básicos o especiales establecidos en el contrato de alquiler.

- **Oficina de representación turística:** "son oficinas nacionales o extranjeras que actúan como intermediarios para la venta, promoción o explotación de servicios turísticos ofrecidos por otras personas naturales" (Trujillo, 2016).

- **Empresa captadora de ahorros:** son organizaciones captadoras que reciben pagos anticipados de ahorro para viajes con cargo a programas turísticos que el usuario podrá definir en el futuro.

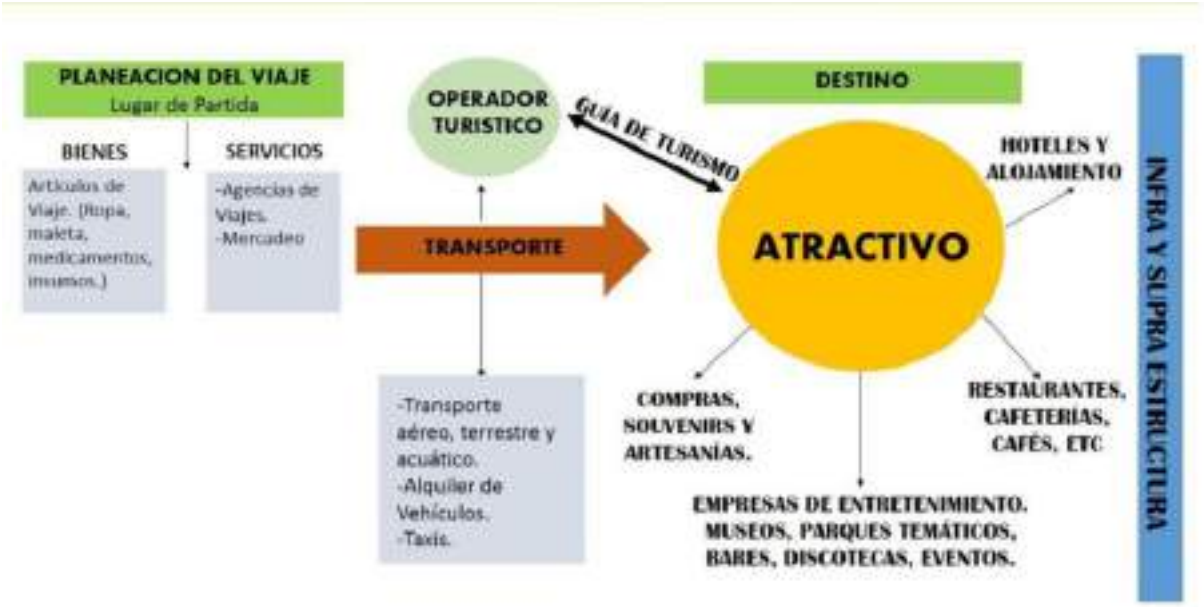
- **Empresas promotoras y desarrolladoras de tiempo compartido:** "son aquellas compañías que comercializan el derecho de utilizar, disfrutar y disponer, a perpetuidad o temporalmente, una unidad inmobiliaria turística o recreacional por un periodo de tiempo en cada año (normalmente una semana)" (Trujillo, 2016).

- **Guías de turismo:** son personas naturales que prestan el servicio profesional de guianza turística y cuyas funciones, frente al turista son orientarlo, conducirlo instruirlo y asistirlo durante el recorrido o viaje.

- **Establecimientos de alojamiento:** es el conjunto de bienes destinados por personas naturales o jurídicas para prestar el servicio de alojamiento entre 1 y 30 días, con o sin alimentación, servicios básicos, complementarios o accesorios.

  Ejemplo:

  - Hoteles.
  - Moteles.
  - Posadas turísticas.
  - Apartotel.
  - Condominios (unidades o conjuntos).
  - Cabañas.
  - Residencias.
  - Albergues.
  - Camping.



Cadena de valor del turismo

Fuente: Arango, Atehortua y Garcés (2015)

El turista, en el desarrollo de un viaje, ve el destino como un solo producto turístico y todos sus componentes son evaluados como una buena experiencia cuando el conjunto de servicios, actividades y la forma en que interactúan cada uno de los prestadores de servicios, desde sus diferencias, logran un producto diferenciado y de calidad.

Para tal propósito, para cada uno de los actores es importante en la generación de satisfacción, tener en cuenta lo siguiente:

- Buen servicio de transporte (estado) y accesibilidad.
- Servicio en el sitio visitado, alojamiento, restaurante, actividades y accesibilidad al paquete turístico desde el lugar de origen.
- Servicio al cliente y atención posventa.
- Estado de la infraestructura de las actividades y servicios.
- Evidencia de gestión del recurso humano eficiente.
- Innovación de productos y servicios.
- Accesibilidad a las tecnologías y sistemas de información.
- Precios competitivos.

- Empresas turísticas conectadas a los sistemas de información como parte de su competitividad.

Es así como la integración de las ventajas competitivas de cada uno de los prestadores de servicios se convierte en un conjunto de gran valor.

Agregar valor en los productos de turismo genera competitividad en el sector, ya que se generan factores diferenciadores en los destinos, lo que se traduce en el incremento de visitantes.

3. Impactos del turismo

> Las actividades humanas han demostrado tener consecuencia en el territorio en que se realizan y se dan tanto en lo positivo como en lo negativo, en este sentido el ejercicio del turismo no es ajeno a esa huella en aspectos económicos, socioculturales y ambientales. (Trujillo, 2016)

Impactos económicos, socioculturales y ambientales

- **Impactos económicos:** si bien el turismo contribuye al movimiento económico de los destinos, directamente del turista al servicio local, a través de la prestación de los servicios turísticos, sus impactos son tanto positivos como negativos.

  Impactos positivos:

  - Inversión económica en la infraestructura del lugar.
  - Los servicios prestados en el lugar aportan a la economía.
  - Generación de empleo (desde la construcción de infraestructura hasta su operación).
  - Economía diversificada.
  - Captación de divisas (bajo el concepto de exportación de servicios).
  - Mayor inversión extranjera.

  Impactos negativos:

  - Procesos de incrementos excesivos de los costos de vida y de la tierra.
  - Transformación de la cultura productiva hacia una monoeconomía.
  - Aumento del trabajo informal con bajos ingresos.

- Empleos mal remunerados y desplazamientos de la mano de obra local.

- **Impactos socioculturales:** el intercambio generado a través de mostrar el turismo cultural o visitarlo, genera vínculos estrechos; sin embargo estas interacciones pueden influenciar sitios culturalmente protegidos hacia una pérdida de identidad.

  Impactos positivos:

  - Rehabilitación y preservación del patrimonio.
  - Aumento de las actividades turísticas.
  - Generación de empleo.
  - La demanda de empleo calificado incentiva la preparación de los locales.
  - Puede mejorar la calidad de vida.
  - Intercambio cultural.
  - Aumento del reconocimiento de la protección y apropiación de la cultura.
  - Recuperación y valoración de las costumbres locales (artesanías, folclor, festividades y gastronomía).

  Impactos negativos:

  - Pérdida de identidad y valores.
  - Inseguridad.
  - Aumento de aspectos como la drogadicción o el turismo sexual.
  - Alto riesgo social de poblaciones vulnerables.
  - Peligro de degradación del patrimonio cultural.
  - Desplazamiento de la comunidad local por expansión de la actividad turística.

- **Impactos ambientales:** tienen que ver con la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o la naturaleza. Los únicos cambios ambientales que realmente se pueden impedir son aquellos causados por el hombre, razón por la cual la política ambiental se ha enfocado en crear medios o instrumentos para la prevención.

  En el caso de las áreas naturales en las cuales se desarrollan actividades turísticas, se hace necesario extremar los cuidados de los ecosistemas, pues si

bien la educación ambiental que se realiza en las visitas es importante, el aumento desmedido de personas puede generar degradación.

Impactos positivos:

- Promover la conservación.
- Interés de generación de áreas naturales.
- Generación de cultura ambiental.
- Mejorar la infraestructura de la comunidad.
- Valoración de especies en vías de extinción.
- Atracción de turistas que valoran la conservación y promueven la visita a los mismos.

Impactos negativos:

- Contaminación visual, auditiva y desechos.
- Comercialización de especies de fauna y flora.
- Exceso de demanda y sobreutilización de los recursos naturales.
- Perdida del paisaje natural por aumento desmedido de construcciones.
- Generación de basura.

Capacidad de carga (límite de cambio aceptable)

Es la posibilidad física que posee un territorio determinado para soportar el flujo de personas que realizan una actividad turística sin afectar el equilibrio. De igual manera, se puede definir la carga ambiental como la cantidad máxima de población que permite un ecosistema para preservar con vida sus organismos (flora y fauna), mientras mantiene su productividad, adaptabilidad y capacidad de regeneración.

Ya que las actividades turísticas se realizan en un determinado espacio, es necesario tener en cuenta la capacidad de carga, manejando un número máximo de personas que una zona pueda soportar, asegurando así la satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre el recurso natural y cultural; haciendo referencia a los límites de uso, determinada por factores medioambientales, sociales y de gestión, los cuales son definidos por la autoridad ambiental.

La capacidad de carga requiere de una metodología la cual es aplicada principalmente en parques nacionales o por las corporaciones autónomas regionales, las cuales son la autoridad ambiental.

Prevención de impactos ambientales

Dado que la prestación de servicios turísticos genera muchas veces sobreocupación, se hace necesario reducir los impactos negativos a través del control (turismo no masificado y sostenible); de hecho es indispensable realizar estudios que den capacidad de carga y evaluación de impacto ambiental en los sitios de mayor interés.

¿Para qué sirven las evaluaciones de impacto ambiental?

Es un procedimiento destinado a identificar e interpretar, así como a prevenir las consecuencias o efectos que acciones o proyectos públicos o privados, puedan causar al equilibrio ecológico, al mantenimiento de la calidad de vida y a la preservación de los recursos naturales existentes.

Legislación ambiental en Colombia

Colombia cuenta con una gran variedad de normas ambientales que se vienen desarrollando de forma masiva desde la década de los años 70, época en la cual se empezaron articular diversas normas que se encontraban dispersas.

La constitución nacional, modificada en el año de 1991, tuvo en cuenta el tema ambiental, de hecho se puede considerar que es una constitución verde. (Zaride, 2014)

- Ley 99 de 1993: en sus principios generales incorpora el manejo ambiental de la biodiversidad del país como patrimonio nacional que debe ser protegido prioritariamente y aprovechado en forma sostenible. De igual manera, trata aspectos relacionados con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del medio ambiente, así como la necesidad de coordinar acciones con las autoridades de turismo para el manejo de los bienes naturales que puedan tener utilización turística.

- La ley 70 de 1993: establece en su artículo 51: “las entidades del estado en concertación con las comunidades negras, adelantarán actividades de investigación, capacitación, fomento, extensión y transferencia de tecnologías apropiadas para el aprovechamiento ecológico, cultural, social y económicamente sustentable de los recursos naturales, a fin de fortalecer su patrimonio económico y cultural”.

- Ley 165 de 1994: se reconocen las áreas protegidas como instrumentos importantes para cumplir las metas de reducción significativa de la tasa de pérdida de la diversidad biológica, contribuyendo además al alivio de la pobreza, incluyendo medidas de adaptación para hacer frente al cambio climático y ofreciendo oportunidades para la investigación, la educación ambiental, la recreación y el ecoturismo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)

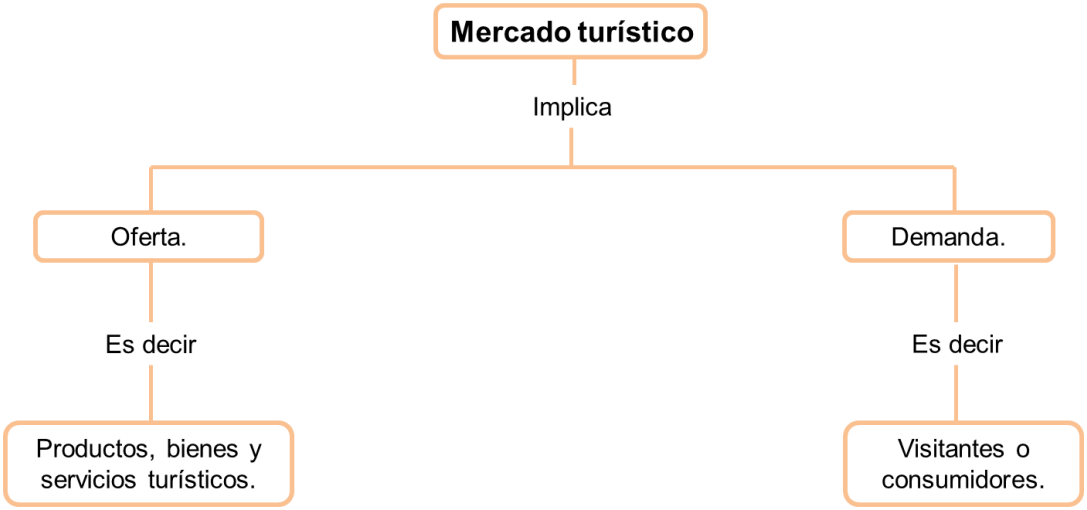
4. Producto turístico

El producto es el conjunto de prestaciones materiales o inmateriales, tangibles o intangibles, que se ofrecen con el propósito de dar opciones de satisfacción y solución de las necesidades de un turista. Como servicios adicionales aparecen el transporte, el

hospedaje y los tours. Estos aspectos al unirse en un solo propósito, serán de un interés importante para los viajeros que desean conocer la naturaleza y cultura de un país. (García, Didonna, Quirós y Bermúdez, 2004)

Un producto turístico es donde se mezclan los elementos que constituyen la oferta, es decir, los atractivos, recursos, planta turística, territorio y comunidad, de manera tal que conformen una nueva oferta elaborada mediante estrategias de mercadeo, se ponga en las agencias de viajes, mayoristas u operadoras, lista para su consumo final por parte de un próximo visitante.

Al igual que los productos manufacturados, estos están controlados por la oferta y la demanda, tal y como se aprecia a continuación:



Fuente: SENA

Desde otro punto de vista, los componentes normalmente se relacionan entre sí mediante el empaquetamiento o la elaboración de paquetes turísticos, los cuales tienen en cuenta los siguientes aspectos:

- El destino.
- Transportes (fecha, hora y lugares de salida y regreso).
- Alojamiento (situación, categoría, comodidad y número de comidas).
- Visitas, excursiones o servicios incluidos.
- El nombre y dirección del organizador.
- Precios del viaje.
- Calendario y modalidades de pago del precio.
- Atractivos.

- Facilidades.

Tendencias

Las transformaciones que se están dando en el mundo a través del turismo marcan nuevas tendencias, encaminadas a la demanda personalizada.

Los viajes a la medida y la demanda de productos y servicios especializados son cada vez más comunes y presentan las siguientes características:

Hay una marcada tendencia en el mercado, la generación milenial, los profesionales sin jefes, las mujeres y la tercera edad son los nuevos integrantes de una demanda que cada vez es más exigente en la calidad de los productos turísticos.

Lo anterior solo es una pequeña muestra de las tendencias actuales en el turismo, lo que sí es constante en el mundo, es el cambio, así que quienes quieren hacer parte de esta creciente industria deben estar bien informados sobre las transformaciones del mercado, ya que conocer sobre el cliente y sus necesidades es vital para la realización exitosa de las actividades, y el guía de turismo no está exento de dicha tarea.

5. El guía de turismo

> El guía de turismo es la persona natural que presta sus servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientarlo, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado. (Decreto 503, 1997)

Antecedentes

En 1956 el gobierno nacional determinó la existencia legal del guía de turismo o cicerone, ante la necesidad de contar con una persona calificada que sirviera y atendiera adecuadamente a los visitantes y turistas.

En 1979 la Corporación Nacional de Turismo de Colombia acreditó a los guías de turismo y ordenó que el ejercicio de esta actividad fuera desarrollado exclusivamente por personas debidamente reconocidas y controladas por el gobierno nacional.

Por medio del artículo 94 de la ley 300 de 1996, los guías de turismo de Colombia recibieron su reconocimiento profesional, viendo elevado así un antiguo oficio.

El decreto 503 de 1997 creó el Consejo Profesional de Guías de Turismo, adscrito al Viceministerio de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, cuyas funciones son las de regir y controlar el ejercicio de la profesión del guionaje y expedir las correspondientes tarjetas profesionales que identifican a estos prestadores de servicios turísticos.

Funciones

- El guía de turismo debe orientar al visitante con información breve, precisa y específica sobre lo que el destino le ofrece según sus expectativas, antes de emprender el viaje y en el lugar, facilitando así la permanencia y disfrute del sitio.

- Debe impartir instrucción veraz sobre los lugares visitados frente a su contexto económico, social y cultural.

- Como responsable de los visitantes, debe dirigir con prudencia a los turistas bajo los tiempos y recorridos concertados, con el fin de cumplir el desarrollo de la planeación de viaje, con amabilidad y responsabilidad.

- En el caso de imprevistos, el guía debe estar preparado para asistir al visitante en forma suficiente, eficiente y oportuna en procura del mayor bienestar y atención en caso de necesidad.

Principios de atención al turista

La actividad profesional de un guía de turismo está directamente relacionada con la atención al cliente, en este caso visitante o turista; por esta razón, cobra importancia el conocimiento por parte del mismo de los principios que aplican a la atención. El principio más importante es la honestidad, tanto en la información como en los actos.

Derechos

- El reconocimiento y respeto por la profesión.

- Servicios contratados con remuneración justa.

- Participar en la definición de los parámetros para la planeación, promoción y desarrollo de la profesión y de la industria turística en Colombia.

Deberes y obligaciones

- Prestar los servicios según los términos contratados.

- No vulnerar los derechos fundamentales de los usuarios.

- Respetar la identidad y diversidad cultural de las comunidades.

- Evitar que los turistas irrespeten o extraigan el patrimonio cultural del país.

- Portar la tarjeta profesional.

- Negociar las tarifas con los clientes en forma previa.

- Darle a conocer a los visitantes la necesidad de estar amparados por una póliza.

- Informar al turista sobre las condiciones generales del lugar, incluyendo los riesgos.

- Eficiencia y oportunidad para lograr la calidad en la prestación del servicio.

Tipos de guías

Por su relación laboral los guías de turismo en Colombia se pueden clasificar como *freelance* o independientes o dependientes.

El guía *freelance* es aquel que no tiene una relación laboral directa con una agencia de viajes u operadora, sino que presta sus servicios en varias de ellas o que directamente es contratado por el turista.

Otra forma de condición laboral es cuando el guía presta sus servicios de forma directa y permanente para una agencia de viajes u operadora.

Por su tipo de actividad se clasifican en:

- Guía acompañante y coordinador: es responsable del desarrollo de la visita desde la realización de reservas, itinerarios, alimentación, además de la coordinación y ejecución del viaje.

- Guía conductor: como el anterior cumple sus funciones de guía y puede conducir vehículos.

- Transferista o *transfer*: su responsabilidad reside en recibir y realizar desplazamientos en la terminal, ya sea de manera terrestre, aérea, marítima o fluvial hasta el lugar de hospedaje.

- Guía de destino: su cometido es apoyar a los visitantes en los desplazamientos en función de solucionar los problemas e imprevistos en la ciudad de destino.

- Guía de ecoturismo: su labor es realizar recorridos de turismo sostenible, sustentable y ecoturísticos en áreas naturales, parques nacionales, reservas, entre otras.

- Guía de buceo con equipos y a pulmón: desarrollan su actividad en espacios subacuáticos y los rige las Normas Técnicas Sectoriales como la NTS GT 006. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo con tanque cumpliendo con el programa establecido y la NTS GT 007. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo a pulmón cumpliendo con el programa establecido.

- Guía de montaña: es el encargado de actividades de ecoturismo realizadas en la montaña con diferentes alturas y requerimientos de dificultad, capacitación, entrenamiento y manejo de equipos y van de baja montaña de menor dificultad,

media montaña y alta montaña o cumbre con exigencias de gran experiencia y responsabilidad.

Actitudes, valores, preparación física e intelectual

Dado que es la honestidad el principio del ejercicio profesional del guía de turismo, esta debe verse reflejada en el ejercicio de la misma, con un buen trato hacia el turista, y con un buen manejo de la información.

Como fortalezas actitudinales, el guía de turismo debe tener sentido de pertenencia, de liderazgo, actitud de servicio, manejo de idiomas, buena presentación personal y saber cómo manejar los imprevistos.

Las fortalezas actitudinales se reflejan en los amplios conocimientos de las regiones y del mundo; igualmente es necesario procurar su preparación académicamente, tener una buena condición física, con ética profesional y con conocimiento de los requerimientos para las personas con discapacidad.

Como profesional, el guía de turismo ejerce una atención personalizada al cliente, en este caso el turista, encaminada a asistir y a conducir en un determinado tiempo y lugar de interés. Tal estadía puede darse por motivos de recreación, educación, cultura, entre otros.

Tarjeta profesional de guía de turismo

Según el decreto 503 de 1997. Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de guía de turismo, es el documento único legal de carácter personal e intransferible que identifica, protege, autoriza y controla el ejercicio profesional del guía de turismo; es expedida por el Consejo Profesional de Guías de Turismo.

A continuación se nombran los procedimientos para su correspondiente trámite:

- Presentar fotocopia de la autorización del carné de guía de turismo, expedido por la Corporación Nacional de Turismo.
- Título de formación de educación superior como guía de turismo, expedido por el SENA.
- Presentar fotocopia del documento de identidad.
- Pagar los derechos que ocasione la expedición de la tarjeta profesional.
- Gracias a los avances tecnológicos, el consejo ya tiene a disposición la realización de la solicitud vía internet.
- La tarjeta profesional tiene vigencia permanente y sólo perderá su validez en los casos de sanciones impuestas al guía de turismo como consecuencia de decisión del Consejo Profesional de Guías de Turismo en ejercicio de sus atribuciones propias o en cumplimiento del orden de la autoridad competente.

La tarjeta profesional sirve únicamente para efectos de identificación del titular como guía de turismo, oficial y legalmente acreditado. Cualquier otro tipo de utilización que se haga de este documento es indebido.

Nota: para hacer cualquier tipo de consulta, es necesario revisar la página web oficial del Consejo Profesional de Guías de Turismo.

Registro Nacional de Turismo (RNT)

> El Registro Nacional de Turismo es un registro delegado a las cámaras de comercio del país, en el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia; este es un registro que genera confianza y facilita la prestación del servicio en el país, asimismo es un requisito de ley. (Cámara de Comercio de Dosquebradas, s.f.)

Según el artículo 62 de la ley 300 de 1996. Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones, el guía es catalogado dentro de los prestadores de servicios turísticos, y por tal motivo está en la obligación de expedir su Registro Nacional de Turismo (RNT).

El decreto 503 de 1997 reglamenta el ejercicio de la profesión de guianza turística solo a quien esté inscrito ante el Registro Nacional de Turismo.

Procedimientos para la expedición

Con el fin de realizar la expedición ante el Registro Nacional de Turismo, son las cámaras de comercio quienes deberán garantizar un registro único nacional, verificando los requisitos previos a la inscripción o de renovación del registro y disponer de un sistema de información en línea para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Consejo Profesional de Guías de Turismo

> **Artículo 11:** Créase el Consejo Profesional de Guías de Turismo como un organismo técnico encargado de velar por el desarrollo y el adecuado ejercicio de la profesión y de expedir las tarjetas profesionales de los guías de turismo, previo cumplimiento de los requisitos exigidos por la ley.
>
> **Artículo 12:** Funciones. El Consejo Profesional de Guías de Turismo tendrá las siguientes funciones:
>
> 1. Expedir la tarjeta profesional a los guías de turismo que cumplan los requisitos exigidos por la ley 300 de 1996 y este decreto.
> 2. Definir los procedimientos para la expedición de la tarjeta profesional de guías de turismo.
> 3. Llevar un registro de las tarjetas profesionales de guías de turismo expedidas.
> 4. Señalar y recaudar los derechos que ocasione la expedición de la tarjeta profesional de guías de turismo.

5. Colaborar con el Comité de Capacitación Turística, creado por la ley 300 de 1996, en el diseño de propuestas para el desarrollo de programas académicos acordes con las necesidades del sector.

6. Dictar el código de ética de la profesión del guionaje o de la guianza turística, en donde se establezcan las infracciones y las sanciones para los infractores y las faltas que ocasionen multas, las cuales irán al patrimonio del mismo consejo.

7. Cooperar con las asociaciones profesionales de guías de turismo en el estímulo, desarrollo y mejoramiento de la calificación ética y profesional de los asociados.

8. Dictar su propio reglamento, estructurar su funcionamiento y fijar sus formas de financiamiento.

9. Expedir las resoluciones que fueren convenientes para el ejercicio de sus funciones.

10. Las demás que señale el reglamento interno.

Artículo 13: Conformación. El Consejo Profesional de Guías de Turismo estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico, quien lo presidirá, o su delegado.

2. El Ministro de Educación Nacional o su delegado.

3. Un representante de las facultades y escuelas autorizadas que impartan programas de educación superior en guionaje o guianza turística, elegido por sus directores o decanos.

4. Un representante del SENA.

5. Un representante elegido por la Asociación de Guías de Turismo de segundo piso que agrupe el mayor número de gremios asociados.

6. Un delegado elegido por los representantes de las Asociaciones Gremiales de Guías de Turismo legalmente constituidas. (Decreto 503, 1997)

Sanciones por el ejercicio ilícito de la profesión de guía de turismo

La prestación del servicio profesional de guía de turismo debe acreditarse por medio de la tarjeta profesional; en caso de no poseerse, se recibirán las siguientes sanciones policivas y administrativas, tanto del falso guía o infractor, así como de los intermediarios o contratantes a quienes se les compruebe complicidad en el ilícito.

Sanciones policivas

"**Artículo 30:** El que ejerza ilegalmente la profesión u oficio, incurrirá en arresto de uno a doce meses" (Decreto 522, 1971).

En este orden de ideas, el personal de la Policía Nacional procederá de oficio a la inmediata suspensión del servicio turístico y al arresto de quien sea sorprendido ejerciendo las funciones de un guía de turismo, sin el cumplimiento de los requisitos legales establecidos (tarjeta profesional y Registro Nacional de Turismo); enseguida, la Policía Nacional dará traslado del caso al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y al Viceministerio de Turismo para la apertura de la correspondiente investigación en contra de los infractores.

Sanciones administrativas

Si se comprueba el ejercicio ilícito de la profesión, el infractor será sancionado por parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y por el Viceministerio de Turismo, conforme se señala en el artículo 72 de la ley 300 de 1996, entre cuyas sanciones a aplicar se encuentra una multa de 100 salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha en que ocurra la infracción.

6. La ética del guía de turismo

Internacionalmente se defiende el derecho al turismo y a la libertad de desplazamiento turístico, con el fin de promover turismo equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad en un entorno mundial; su importancia se identifica a través de los siguientes fines:

- Fortalecer una cultura ética y de servicio.
- Permitir un diálogo reflexivo y solidario entre los miembros de una organización.
- Ayudar a priorizar principios y valores que se dirijan hacia la humanización de los recursos existentes.
- Diferenciar entre lo correcto y lo incorrecto.
- Tener en consideración las reglas de algún lugar en específico.
- Saber sobre las obligaciones en determinados lugares.
- Tener una buena interacción con las personas alrededor.

El Código Ético Mundial para el Turismo es un conjunto omnicomprensivo de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico. Dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas por igual, su objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo.

Aprobado en 1999 por la asamblea general de la Organización Mundial del Turismo, su reconocimiento dos años después por las Naciones Unidas alentó explícitamente a la OMT a promover el cumplimiento real de sus disposiciones. Aunque el código no es

jurídicamente vinculante, incorpora un mecanismo de aplicación voluntaria a través de su reconocimiento del papel del Comité Mundial de Ética del Turismo, al que las partes pueden remitir cualquier cuestión relativa a la aplicación e interpretación del documento.

Los diez principios del Código cubren ampliamente los componentes económico, social, cultural y ambiental de los viajes y el turismo:

Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades.

Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.

Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.

Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.

Artículo 7: Derecho al turismo.

Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico.

Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.

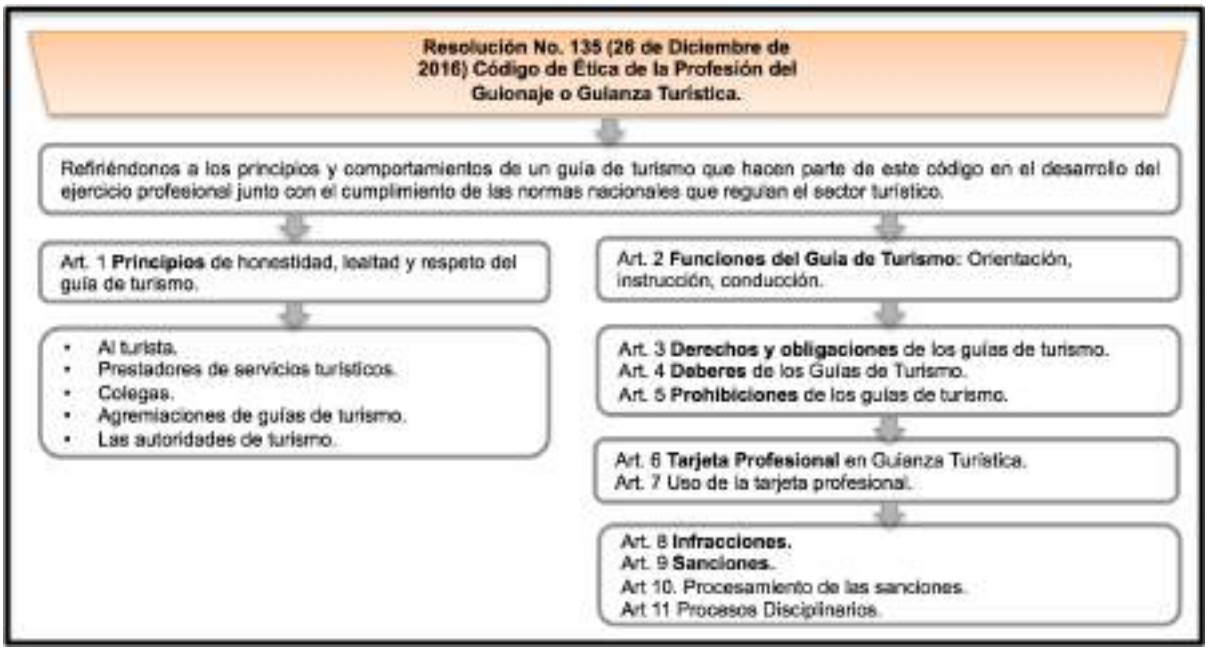
Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

En Colombia, el guía de turismo tiene su propio código de ética, el cual comprende las reglas de juego claras en el ejercicio de la profesión; para ello, se dictó el Código de Ética del Guía de Turismo, mediante la resolución 221 del 8 de abril de 1999. Por la cual se deroga la resolución 002 del 10 de octubre de 1997 y se dicta el código de ética profesional del guía de turismo cuya finalidad es orientar bajo los parámetros de la legislación turística de país, constituyéndose en un conjunto de reglas de comportamiento que, aplicadas a la profesión, inducen a los guías de turismo a ejecutar bien sus funciones y a evitar cualquier acción negativa que vaya en detrimento de la profesión, de sus colegas o de la nación en general.

La resolución 221 del 8 de abril de 1999, se fundamenta sobre los siguientes artículos:

- Artículo 1. De las funciones del guía de turismo.
- Artículo 2. De los derechos de los guías de turismo.
- Artículo 3. De los deberes de los guías de turismo.
- Artículo 4. De las prohibiciones a los guías de turismo.

- Artículo 5. De la lealtad y respeto del guía de turismo.
- Artículo 6. Del uso indebido de la tarjeta profesional.
- Artículo 7. Infracciones.
- Artículo 8. Sanciones.
- Artículo 9. Del procedimiento de las sanciones.



Fuente: Resolución 135 (2016)

7. Marco legal institucional

En el marco legal se encuentra toda la normatividad legal (leyes, normas, reglamentos y ordenanzas) que generalmente se relacionan entre sí, proporcionando la información reglamentaria necesaria para realizar cierta actividad, dependiendo del sector.

> El marco institucional se basa en el marco legal; este se refiere al conjunto de organismos, organizaciones, redes y acuerdos de nivel regional, nacional y subnacional que están vinculados de una u otra manera en la definición e instrumentación de lineamientos, reglas, normas y políticas para la provisión de servicios. Un marco institucional indica cuáles son los roles y responsabilidades de las diferentes instituciones implicadas en la provisión de servicios, así como las líneas de comando y monitoreo, y su interacción y modos de compartir información. (Herrán, 2012)

A continuación se relaciona el conjunto de leyes y normas que enmarcan el quehacer del guía de turismo, el cual se encuentra actualizado en la página web del

Consejo Profesional de Guías de Turismo (CPG), ente encargado de velar por el desarrollo y el adecuado ejercicio de la profesión. Esta página debe ser fuente constante de consulta, ya que la normatividad puede cambiar en cualquier momento:

- Constitución Política de 1991: Resalta la importancia de la conservación de la diversidad biológica, entre los que se destaca el derecho al disfrute y conservación de un ambiente sano, el deber de proteger las áreas de especial importancia ecológica, así como el derecho a la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.

- Ley general de turismo, ley 300 de 1996: Define términos como ecoturismo y regula los diferentes aspectos relacionados con la operación turística. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)

El turismo es una industria y se regirá por los siguientes principios: concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección al ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor y fomento.

> Artículo 3: Conformación del sector turismo. En la actividad turística participa un sector oficial, un sector mixto y un sector privado.
>
> El sector oficial está integrado por el Ministerio de Desarrollo Económico, el sector mixto está integrado por el consejo superior de turismo, el consejo de facilitación turística y el comité de capacitación turística y el sector privado está integrado por los prestadores de servicios turísticos. (Ley 300, 1996)

- Ley 1101 de 2006. Por la cual se modifica la ley 300 de 1996. Ley general de turismo y se dictan otras disposiciones: esta ley explica los cambios sobre la contribución parafiscal para la promoción y la competitividad del turismo, considerándose aportantes los hoteles y centros vacacionales, las viviendas turísticas y otros hospedajes, las agencias de viajes, los operadores de congresos y ferias, los arrendadores de vehículos para turismo, las empresas captadoras de ahorro para viajes, los parques temáticos, los concesionarios de aeropuertos y carreteras, las empresas de transporte de pasajeros, entre otros.

  La administración del Fondo de Promoción Turística está a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien podrá celebrar contratos con el sector privado del turismo.

  Los recursos del Fondo de Promoción Turística se destinarán a la ejecución de proyectos de competitividad, promoción y mercadeo, con el fin de incrementar el turismo interno; también tendrá como objetivo financiar la ejecución de políticas de prevención y campañas para la erradicación del turismo asociado a prácticas sexuales, las cuales serán coordinadas con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

- Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la ley 300 de 1996. Ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones: esta ley tiene por objeto el fomento, desarrollo, promoción, competitividad y regulación de la actividad turística a través de mecanismos necesarios para la creación,

conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos.

El artículo 3 de la ley 1558 de 2012 modifica el artículo 2 de la ley 300 de 1996, conteniendo los principios rectores de la actividad turística en cuanto a concertación, coordinación, descentralización, planeación, libertad de empresa, fomento, facilitación, desarrollo social, económico y cultural, desarrollo sostenible, calidad, competitividad, accesibilidad y protección al consumidor.

- Decreto 503 de 1997. Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de guía de turismo de que trata el artículo 94 de la ley 300 de 1996: se regulariza el ejercicio de la profesión de guía de turismo. El presidente de la república decreta la definición de guía de turismo como la persona natural que presta sus servicios profesionales en el área de la guianza turística, cuyas funciones hacia el turista son las de orientarlo, conducirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado. Solo podrá ejercer la profesión de guianza turística quien posea la tarjeta profesional de guía de turismo y quien se halle inscrito en el Registro Nacional de Turismo.

- Decreto 504 de 1997. Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la ley 300 de 1996: se hace énfasis en que es necesario llevar la inscripción de los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia; se establecen mecanismos de identificación y regulación de los prestadores de servicios turísticos y se exige un sistema de información sobre el sector turístico.

- Decreto 1825 de 2001. Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los guías de turismo, así:

  Artículo 1: Los guías de turismo tendrán acceso gratuito a las áreas abiertas al público como museos, monumentos, zonas arqueológicas y en general a todo sitio de interés turístico.

  Artículo 2: El guía de turismo deberá suministrar a los turistas la siguiente información básica:

  a. El número máximo de personas que integran el grupo.

  b. La tarifa que se aplica si el servicio es contratado directamente por el turista.

  c. El idioma en que se prestará el servicio.

  d. El tiempo de duración de sus servicios.

  e. Los demás elementos que permitan conocer con certeza el alcance de sus servicios.

  Artículo 3: Son infracciones a las normas que regulan la actividad turística, las conductas contrarias a los deberes y obligaciones del guía de turismo, establecidos en el artículo 9 del decreto 503 de 1997.

Artículo 4: Las agencias de viajes y los guías de turismo responderán solidariamente por el incumplimiento de los servicios cuando el guía preste sus servicios para la agencia.

Artículo 5: En ningún caso, el guía de turismo podrá exigir propinas que impliquen pago adicional al servicio contratado. (Decreto 1825, 2001)

- Decreto 2074 de 2003. Por el cual se modifica el decreto 504 de 1997: hace hincapié en que la información del Registro Nacional de Turismo será pública y en consecuencia cualquier persona podrá consultarla; asimismo para la formalización del registro, el solicitante deberá presentar al registrador el formulario diligenciado junto con los documentos solicitados. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo definirá el contenido del formulario requerido para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo.

  El registrador procederá a devolver la solicitud de inscripción en los siguientes casos:

  - Cuando haya errores u omisiones.
  - Cuando la información esté incompleta.
  - Cuando no se adjunten los documentos solicitados.

  Una vez completada la información y presentada la documentación, la entidad competente procederá a otorgar el registro dentro de los 30 días calendario siguientes y a expedir el certificado de registro correspondiente.

  Para la inscripción de los guías de turismo en el Registro Nacional de Turismo, bastará que el Consejo Profesional de Guías de Turismo informe a aquel sobre la aprobación de las respectivas tarjetas profesionales.

Normas Técnicas Sectoriales para el guía de turismo

- **NTS-GT-005 (Norma Técnica Sectorial) 2003-10-27:** Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos.
- **NTS-GT-006 (Norma Técnica Sectorial) 2004-08-13:** Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo con tanque cumpliendo con el programa establecido.
- **NTS-GT-007 (Norma Técnica Sectorial) 2004-03-11:** Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo a pulmón cumpliendo con el programa establecido.
- **NTS-GT-008 (Norma Técnica Sectorial) 2004-03-11:** Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos.
- **NTS-GT-009 (Norma Técnica Sectorial) 2004-12-20:** Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de alta montaña.

- **NTS-GT-010 (Norma Técnica Sectorial) 2010-07-26:** Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el pasajero de cruceros, sujeto a un itinerario de llegada y salida del barco.

- **NTS-GT-011 (Norma Técnica Sectorial) 2015-03-10:** Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de cabalgata.

- **NTS-GT-012 (Norma Técnica Sectorial) 2016-04-13:** Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza turística.

Normatividad del sector turismo

Leyes	Políticas	Planes sectoriales	Decretos	Resoluciones	Normas Técnicas Sectoriales	Otras
Ley 300 de 1996. Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones.	Política de turismo cultural.	Plan sectorial de turismo.	Decreto 1293 del 10 de julio de 2014. Por el cual se modifica el decreto 503 de 1997 y se dictan otras disposiciones.	Resolución 0823 de 2017. Por la cual se determinan los títulos profesionales de las áreas afines al guionaje o guianza turística, según lo dispuesto en el inciso 4 del artículo 94 de la ley 300 de 1996, modificado por el artículo 26 de la ley 1558 de 2012.	NTS-GT-005 (Norma Técnica Sectorial) 2003-10-27: Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos.	Código Ético Mundial para el Turismo.
Ley 1101 de 2006. Por la cual se modifica la ley 300 de 1996. Ley general de turismo y se dictan otras disposiciones.	Política de turismo de naturaleza.		Decreto 503 de 1997. Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de guía de turismo de que trata el artículo 94 de la ley 300 de 1996.	Resolución 0824 de 2017. Por la cual se establece la documentación pertinente para que los guías de turismo acrediten el conocimiento de un segundo idioma.	NTS-GT-006 (Norma Técnica Sectorial) 2004-08-13: Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo con tanque cumpliendo con el programa establecido.	Documento base de turismo, paz y convivencia.
Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la ley 300 de 1996. Ley general de	Política de turismo social.		Decreto 174 de 2001. Por el cual se reglamenta el servicio público de transporte terrestre automotor especial.	Resolución 135 de 2016. Por la cual se dicta el código de ética de la profesión del	NTS-GT-007 (Norma Técnica Sectorial) 2004-03-11: Guías de	

turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.				guionaje o guianza turística y se deroga la resolución número 221 del 8 de abril de 1999.	turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo a pulmón cumpliendo con el programa establecido.	
Ley 679 de 2001. Por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la constitución.	Política para el desarrollo del ecoturismo.		Decreto 1825 de 2001. Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los guías de turismo.	Resolución 3860 de 2015. Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas sectoriales expedidas por las unidades sectoriales de la normalización para las actividades del denominado turismo de aventura y la sostenibilidad turística.	NTS-GT-008 (Norma Técnica Sectorial) 2004-03-11: Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos.	
Ley 1336 de 2009. Por medio de la cual se adiciona y robustece la ley 679 de 2001, de lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes.				Resolución 4367 de 2013. Por la cual se deroga la resolución 4896 de 2011.	NTS-GT-009 (Norma Técnica Sectorial) 2004-12-20: Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de alta montaña.	
					NTS-GT-010 (Norma Técnica Sectorial) 2010-07-26: Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el pasajero de	

					cruceros, sujeto a un itinerario de llegada y salida del barco.	
					NTS-GT-011 (Norma Técnica Sectorial) 2015-03-10: Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de cabalgata.	
					NTS-GT-012 (Norma Técnica Sectorial) 2016-04-13: Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza turística.	

Fuente: SENA

Políticas nacionales de turismo

> La Organización Mundial del Turismo (OMT) define la política turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública. Otra definición propuesta responde como el conjunto de medidas adoptadas por los gobiernos para el mayor aprovechamiento de los recursos turísticos. (Arcoraci, 2009)

El principal objetivo de una política nacional es procurar el crecimiento en cantidad, calidad y permanencia de los destinos turísticos.

En Colombia, el Viceministerio de Turismo elabora las políticas concernientes al turismo, tal y como se evidencia a continuación:

- Competitividad: tiene que ver con el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial.
- Lineamientos de políticas para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.
- Plan indicativo de formación en turismo.

- Política de ecoturismo.
- Política de mercadeo y de promoción turística en Colombia.
- Política de playas turísticas (lineamientos sectoriales).
- Política de turismo cultural.
- Política de turismo de naturaleza.
- Política de turismo social.
- Política de turismo y artesanías.
- Política para el desarrollo del ecoturismo.
- Plan estratégico para la construcción del producto turístico gastronómico nacional 2014-2018.
- Plan estratégico de seguridad turística.
- Plan sectorial de turismo 2014-2018. “Turismo para la construcción de la paz”.
- Política de calidad turística.
- Consejo Superior de Turismo.

Las siguientes políticas son de especial interés para el guía de turismo por ser del campo de acción de su profesión:

Políticas nacionales de turismo

Política de ecoturismo	Política de playas turísticas	Política de turismo cultural	Política de turismo de naturaleza	Política de turismo social
Objetivo: Fortalecer y diversificar la actividad ecoturística, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible; esta debe propender por el uso	**Objetivo:** Consolidar la competitividad del producto turístico de playa en Colombia, por medio de esquemas de coordinación institucional, de planificación, de	**Objetivo:** Posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de	**Objetivo:** Posicionar a Colombia como destino de turismo de naturaleza, reconocido por el desarrollo de productos y servicios altamente competitivos y sostenibles, que	**Objetivo:** Facilitar el acceso de todos los colombianos al turismo como una posibilidad real para el ejercicio del derecho fundamental a la recreación y aprovechamiento del tiempo libre,

racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en las regiones, junto con el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural.	recuperación y de ordenamiento de las playas turísticas, que incorporen la calidad turística, la preservación de los ecosistemas costeros y el respeto a las culturas locales, como a los medios para lograr un turismo sostenible y un factor de diferenciación internacional.	desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones.	permitan preservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras.	otorgando prioridad a aquellos segmentos de población con menores posibilidades de disfrute del mismo, tales como las personas con discapacidad, las personas mayores, jóvenes y de escasos recursos económicos.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (2003), Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009), Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Cultura (2007), Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012) y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009)

Turismo, paz y convivencia (turismo en el posconflicto)

Desde la Guajira hasta el Amazonas, los viajeros que decidan recorrer Colombia van a encontrar destinos con terrenos montañosos, valles, sabanas, desiertos y mares.

Paisajes de colores anaranjados, azules, rojos y verdes. En el recorrido pueden descubrir sonidos que nacen del tiple, la bandola, el arpa, el acordeón, la guitarra o una marimba de chonta. También exquisitos sabores y personas amables dispuestas a contar historias para el mundo.

Pero entre la memoria de sus pueblos indígenas, sus próceres o su biodiversidad privilegiada, hay muchas zonas que los visitantes extranjeros y viajantes nacionales no han podido recorrer por el impacto que por más de 50 años ha causado el conflicto armado. Por eso, el histórico anuncio de su fin constituye una oportunidad de recobrar esos lugares para el turismo y con sus atracciones proporcionar desarrollo y empleo.

Ese es el objetivo de “Seguro te va a encantar”, una iniciativa liderada entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el del Posconflicto para rescatar la oferta turística de las regiones azotadas por el impacto de la guerra. Según la viceministra de turismo Sandra Howard, se trata de “construir una nueva realidad y llegar a destinos emergentes para capacitarlos e identificar sus potencialidades para el turismo”. Hoy, observando los datos de Migración Colombia, la mayoría de extranjeros que recorren el territorio nacional con interés turístico prefiere destinos como Bogotá, 50,1 %; Cartagena, 13,1 %; Medellín, 11,9 %; Cali, 7,1 % y San Andrés, 3,9 %.

“Seguro te va a encantar” ya recorrió los departamentos de Boyacá, Santander, Cauca, Guajira y los Llanos Orientales. Zonas que han padecido el conflicto pero que hoy están

dispuestas, advierten sus mismos dirigentes, a construir un país en paz. Ellos reconocen la importancia del turismo para dinamizar las regiones, disminuir la tasa de desempleo y poder acoger a los guerrilleros que regresen a la vida civil. Por eso se comprometen a trabajar en equipo y prestar servicios de calidad. “Colombia es un lugar maravilloso y es el momento de recorrerlo sin miedo. Vamos a construir juntos una paz sostenible”, resalta Andrés Amaya, gobernador de Boyacá.

La alianza cuenta con el apoyo de ProColombia, Fontur, Propais, Anato y Bancoldex, decididos a sembrar capital semilla para el turismo en tiempos de paz. Incluso con una meta ambiciosa: ser el primer renglón que aporte al producto interno bruto en Colombia.

De acuerdo con cifras del World Travel & Tourism Council, el aporte total del sector al PIB en 2015 fue de 6,1 %, equivalente a $49,4 billones. En los últimos cinco años, la llegada de viajeros a Colombia creció 65 %. “Son cifras que prueban que el sector se sigue expandiendo y constituye una opción en tiempos de paz”, recalcó el ministro para el Posconflicto Rafael Pardo.

El turismo internacional es por sí mismo un dinamizador de la economía. En los últimos cinco años, 160 nuevas sedes de hoteles internacionales han sido abiertas en el país, con la consecuente creación de 35.000 empleos, según reportes del DANE. Esta dinámica muestra un camino confiable. Por eso, en cada departamento las rutas de la campaña también están planteadas para desarrollar un trabajo de alianzas y contactos indispensables. “Es una puerta abierta y por eso las propuestas de inversionistas ya se están manifestando”, agregó María Claudia Lacouture, ministra de Comercio Industria y Turismo.

Ahora el compromiso es persistir en la concertación entre el sector público y privado, para que las 100 rutas trazadas en el proyecto por territorios que ayer fueron inabordables, ahora permitan conocer y visitar pródigas regiones donde existe la perspectiva de expansión de 30 % en su sector turístico. En Boyacá, Santander, Magdalena, Cauca, Guajira, Caquetá, Casanare o Meta, entre otros departamentos, existe un enorme inventario de paisajes maravillosos y gente acogedora. “Estamos forjando una oportunidad para que se promocionen destinos que demuestran la belleza sin límites de Colombia. Posicionar el turismo como una de las industrias más importantes del país”, como le apuesta Paula Cortés, presidenta de Anato. (Moreno, 2016)

El turismo no es ajeno a las realidades de los territorios, por el contrario es sensible ante dichas realidades. Si anteriormente hacer turismo en el territorio colombiano era una actividad riesgosa, ahora, a partir de los acuerdos de paz, la actividad turística se ha visto beneficiada con esta nueva realidad territorial, pues el factor de seguridad es fundamental para el visitante. Una nueva verdad también tiene que ver con que hay más territorios a visitar, por lo que empieza la conformación de un nuevo producto turístico, anteriormente desconocido e inexplorado; por todo lo anterior, el gobierno ha creado la política de Turismo, paz y convivencia, la cual pretende preparar al territorio para este nuevo comenzar.

El documento Turismo paz y convivencia, realizado a la luz del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018: todos por un nuevo país, se realizó con el fin de preparar al sector turístico para un contexto de paz, integrando a las regiones que han sido víctimas del conflicto armado a un mercado turístico incluyente que brinde opciones a las comunidades locales, permitiendo la transformación de escenarios de guerra a territorios de paz a través de la práctica del turismo consciente y sustentable, con el

apoyo de las entidades territoriales, gremios, empresarios turísticos y la academia; lo cual abre un abanico de posibilidades para el sector turístico en las zonas del país donde hasta el momento la seguridad no lo permitía.

Entre las finalidades se hallan:

- Empoderar a las comunidades seleccionadas como experiencias de turismo, paz y convivencia, con herramientas que les permitan tomar acciones sustentables en el desarrollo turístico de sus regiones.

- Robustecer y potenciar la oferta turística de las regiones de paz y convivencia, a través del desarrollo de productos turísticos competitivos y sostenibles de tipo comunitario, cultural y de naturaleza.

- Fortalecer la imagen de las regiones seleccionadas como espacios de paz y convivencia, a través de estrategias de promoción y eventos como ruedas de negocios.

- Realizar la selección de seis nuevas experiencias de turismo y paz para el periodo 2014-2018.

- Conformar sistemas de información que soporten la toma de decisiones en las regiones.

Es necesario concluir que el turismo genera espacios de paz y de convivencia, los cuales dan respuesta a las necesidades actuales del país, de ahí su importancia para el posconflicto.

8. Plan Sectorial de Turismo

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y el respectivo Viceministerio de Turismo, son quienes dirigen la actividad turística en el país, y por lo tanto, los responsables de trazar las líneas estratégicas que logren articularse con el Plan Nacional de Desarrollo, mediante diferentes instrumentos participativos con los actores del gremio.

“En virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el Plan Sectorial de Turismo, el cual formará parte del Plan Nacional de Desarrollo” (Ley 1558, 2012).

El Plan Sectorial de Turismo “debe contener los elementos que permitan fortalecer la competitividad del sector, con el objetivo de que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014). Es el principal insumo del contenido turístico del Plan Nacional de Desarrollo, el cual define las prioridades del sector y brinda las orientaciones para que en los territorios se tomen decisiones articuladas en materia de turismo.

Como herramienta de planeación nacional y regional es importante que el guía de turismo tenga conocimiento sobre estos instrumentos y pueda así contextualizar su quehacer dentro de él, e identificar así su papel dentro del Plan Sectorial de Turismo.

El Plan Sectorial de Turismo tiene la vigencia del periodo presidencial, ya que es una política de cada gobierno, es decir de cuatro años.



Plan Sectorial de Turismo 2014-2018. "Turismo para la construcción de la paz"

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014)

Objetivo general

Posicionar a Colombia como destino sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorados en los mercados nacionales por su multiculturalidad y megadiversidad, con oferta altamente competitiva, que lleve a su máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador del desarrollo regional y constructor de paz. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

Pilares y objetivos estratégicos

Para el cumplimiento del objetivo general del Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, impulsará y coordinará el desarrollo de cuatro objetivos estratégicos, que contienen 56 acciones concretas cuya ejecución debe reposar en los fundamentos planteados. Esto resume el sentir del deber ser del turismo en el país, recogen planes y programas exitosos, reformulan otros y proponen nuevos objetivos y metas alcanzables al 2018.

Pilar 1. Competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial

Objetivo estratégico 1: fomentar el desarrollo competitivo y sustentable de la industria de los viajes y el turismo, tanto en destinos, como en empresas del sector, a partir del aprovechamiento responsable de la diversidad natural y cultural, la inclusión diferenciada de comunidades étnicas, y la innovación en los productos y servicios que se ofertan en las distintas regiones y territorios de Colombia.

Pilar 2. Conectividad competitiva

Objetivo estratégico 2: gestionar desde la política sectorial, el desarrollo de infraestructuras públicas con incidencia positiva en el turismo, que resuelvan las problemáticas para alcanzar altos niveles de competitividad para hacer de los viajes y el turismo, la industria que continuará agregando valor a los indicadores macroeconómicos del país.

Pilar 3. Promoción

Objetivo estratégico 3: promocionar turísticamente a Colombia a nivel regional, nacional e internacional, con estrategias efectivas e innovadoras.

Pilar 4. Articulación institucional nación-región

Objetivo estratégico 4: mejorar la articulación institucional nación-región, con la participación del sector privado, y desarrollar mecanismos que promuevan la gestión eficiente del turismo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

Fundamentos

El Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, identifica tres fundamentos para el desarrollo de las estrategias planteadas, cuya esencia debe orientar las distintas acciones que se emprendan, con el fin de garantizar un desarrollo armónico del objetivo general trazado.

Son estos:

Turismo responsable y sostenible

El Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, se acoge a las directrices de gestión sostenible, promulgadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de 35 destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Cultura turística

Programas como Colegios amigos del turismo, la Red turística de pueblos patrimonio, bilingüismo, Red de puntos de información turística y Vive Colombia, así como las unidades sectoriales de normalización, entre otras, se pueden considerar como referentes de esfuerzos importantes en materia de generar una cultura turística desde la oferta y la demanda.

Turismo en construcción de paz

La estrecha relación entre el turismo y los territorios de paz, pone de cara a la construcción de la paz que emprende Colombia, en concordancia con las tendencias mundiales y derroteros internacionales que menciona la Organización Mundial del Turismo. Para tal efecto, es importante resaltar la definición de Cultura de la Paz: [...] valores, actitudes y comportamientos que rechazan la violencia y previenen los conflictos tratando de atacar sus causas para solucionar los problemas mediante el diálogo y la negociación entre las personas, los grupos y las naciones. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

Nota: se recomienda estar siempre al tanto del Plan Sectorial de Turismo vigente, el cual puede ser consultado a través de la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

9. Inventario turístico

Los inventarios sirven para conocer sobre la situación turística actual de un destino, ayudando a determinar su potencial y al mismo tiempo, revelando los puntos críticos que obstruyen el desarrollo turístico de un territorio, ya que el inventario turístico también puede emplearse no solo para determinar la caracterización de los recursos o atractivos, sino también para aspectos de la oferta como las facilidades.

“El inventario de atractivos y recursos constituye un registro y valoración del estado de todos los elementos que por sus cualidades naturales o culturales, pueden constituir una motivación para el turista” (Universidad de Matanzas, 2013).

El inventario se convierte entonces en una herramienta para la planeación del turismo, el diseño de productos y la gestión.

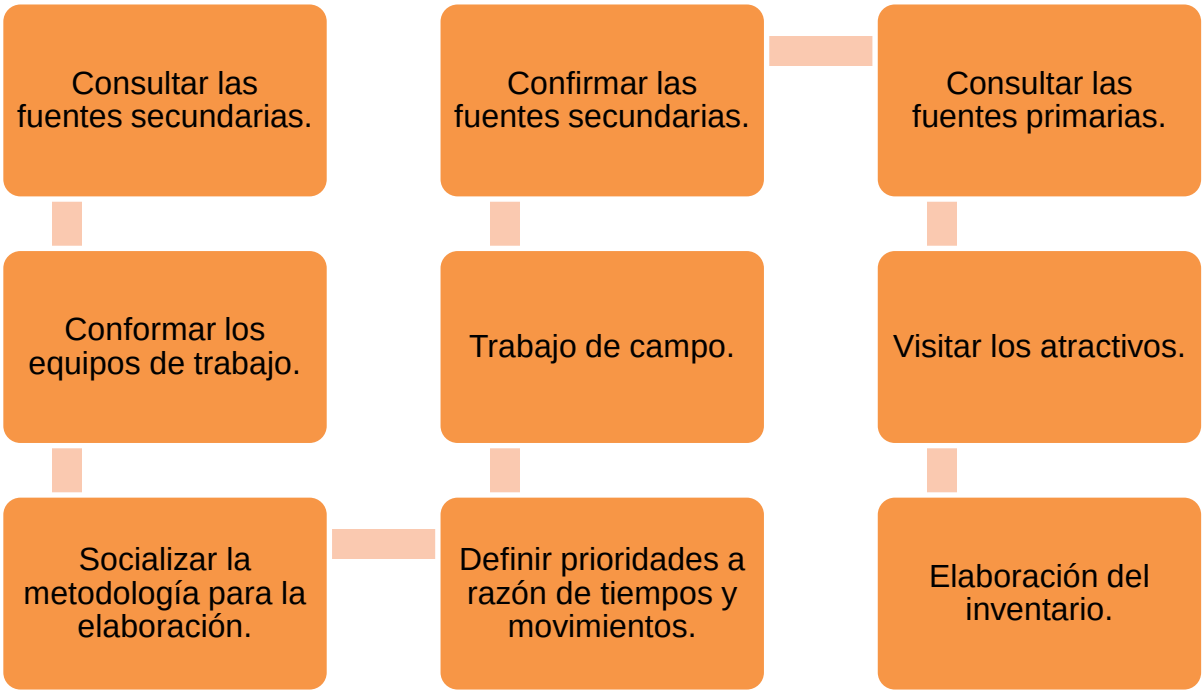
El Viceministerio de Turismo elaboró una guía metodológica para el levantamiento de inventarios, la cual es aplicable en todo el territorio nacional; de allí la importancia de su apropiación y correcto uso, pues como se menciona anteriormente, es una herramienta fundamental para la planeación del turismo, y por tanto el guía debe estar en la capacidad de realizarla, pues puede hacer parte de los equipos consultores de diseño de productos o de planes de desarrollo turístico.

Nota: consulte los documentos “Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, 2009” y “Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos, enero de 2010”, presentes en la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Para la elaboración de las fichas de inventario, el guía debe tener claro los conceptos y diferencias entre recurso y atractivo, tal y como se explica a continuación:

- Recurso: son factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.

- Atractivo: son factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos.



Paso a paso para la elaboración de un inventario turístico

Fuente: SENA

Se debe tener en cuenta que las fuentes secundarias son aquellas que se recogen antes de la salida de campo y corresponden a información recopilada en las cámaras de comercio, gobernaciones, alcaldías, oficinas de turismo, entre otras; entre más fuentes se consulten antes de la salida de campo, más información se tendrá para la elaboración del inventario, logrando optimizar así tiempo y recursos.

Sin embargo en ocasiones dicha información está desactualizada o no corresponde con la realidad; por eso es importante cuando ya se encuentra en el territorio, entrevistarse con el personal más idóneo e indagar sobre este listado, y así evitar desplazamientos innecesarios. Al mismo tiempo consulte sobre nuevos sitios o lugares de los cuales no tenga conocimiento, siendo esta persona o personas, su(s) fuente(s) primaria(s) de información.

Es importante que el guía de turismo tenga las herramientas necesarias como la identificación de atractivos, recursos, sitios de interés turístico en el ámbito natural y cultural, tomando como base el estudio de inventarios, útiles para la realización de los recorridos turísticos.

¿Cómo se clasifican los atractivos?

Los recursos y atractivos se clasifican en dos grandes grupos que los contienen a todos, así:

1. Patrimonio cultural: es un conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades.

    - Patrimonio material: se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y percibido sensorialmente. Se subdivide en dos aspectos:

        - Mueble: que se puede mover (cuadros, libros, retratos, entre otros).

        - Inmueble: que no se puede mover (edificios, plazas, entre otros).

    - Patrimonio inmaterial: comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y ejercicios sobre la naturaleza y el universo, y las expresiones artísticas, entre otras que continuamente se están recreando en la sociedad de manera generacional.

        - Festividades y eventos: son atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es actora o espectadora.

        - Grupos de especial interés: están constituidos por comunidades indígenas, comunidades negras y comunidades raizales, en las cuales se valora el respeto por sus costumbres como una forma de conservación auténtica de su legado cultural.

"Artículo 7: El estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana" (Constitución Política de Colombia, 1991).

Teniendo en cuenta lo anterior, las poblaciones o etnias colombianas se dividen en:

- Comunidades negras, afrocolombianas, palenqueras y raizales.

- Pueblos indígenas.

- Pueblo gitano o rom.

2. Sitios naturales: contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo; por ello hay un formulario para cada una de las clasificaciones de atractivos o recursos. A continuación se ejemplifica el que se debe emplear en cada caso:

    - Formulario único patrimonio material (bienes muebles e inmuebles).

    - Formulario único patrimonio inmaterial (festividades y eventos).

- Formulario único patrimonio inmaterial (grupos de especial interés).
- Formulario único patrimonio inmaterial.
- Formulario único sitio natural.

Posteriormente la información recolectada en los formularios se consolida en un formulario general, el cual condensa todos los atractivos que se ingresan al inventario.

¿Cómo se codifican los atractivos?

Los atractivos o recursos se codifican para poder identificarlos de forma ágil y segura. Esta codificación responde a cinco componentes con la siguiente estructura: tipo de patrimonio / grupo / componente / elemento / listado de atractivos en orden alfabético. Dicha clasificación se encuentra en la metodología, la cual codifica cada uno de los posibles atractivos, dependiendo de su clasificación, así por ejemplo el Castillo San Felipe de Barajas en Cartagena tiene la siguiente codificación:

Castillo San Felipe de Barajas	1. 1. 1. 3

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2010)

1 PATRIMONIO CULTURAL

1.1. Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico

1.1.1. Arquitectura Militar

1.1.1.1 Recinto Amurallado (Acceso Principal; Baluarte; Cortina; Espigón; Cuartel Militar)
1.1.1.2 Muralla del Arrabal (Baluarte; Cortina)
1.1.1.3 Fortificación (Almacén de Provisiones; Batería; Castillo; Fuerte; Plataforma; Puente; Trincherón)
1.1.1.4 Escuela de Adiestramiento
1.1.1.5 Batallón
1.1.1.6 Otro.

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2010)

La codificación da respuesta en el siguiente orden al atractivo o recurso:

Primer nivel clasificación	Segundo nivel clasificación	Tercer nivel clasificación	Cuarto nivel de clasificación	
Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Listado de atractivos
1. Patrimonio Cultural	1.1 a 1.5 Material 1.6 Inmaterial 1.7 Festividades y Eventos 1.8 Grupos de Especial Interés	1.1.1 Arquitectura militar	1.1.1.1 Recinto amurallado	

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2010)

¿Qué se evalúa en los atractivos?

Se evalúa la calidad y el significado, haciendo referencia al estado de conservación y reconocimiento que tienen los atractivos. Cada tipo de atractivo, patrimonio mueble, inmueble, intangible o de grupo de interés tiene unos criterios de calidad distintos, al igual que los criterios para los sitios naturales. Los criterios de significados sí son iguales para todos.

Cada uno de los criterios compone una tabla de puntajes, en la cual se valoriza ese criterio y así al final del ejercicio se le da un puntaje a ese atractivo.

Nota: toda la información anteriormente analizada se halla en los formatos únicos de inventario o las llamadas fichas de inventario, las cuales se encuentran en la página web del Viceministerio de Turismo.

Referencias

Acerenza, M. (1991). *Administración del turismo*. Bogotá: Trillas.

Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo.* Ciudad de México: Trillas.

Arango, L., Atehortua, J. y Garcés, D. (2015). *Integración de las actividades turísticas experienciales del occidente de Caldas a la oferta del departamento.* Manizales: Universidad de Manizales.

Arcoraci, E. (2009). *Economía y políticas turísticas.* Buenos Aires: Universidad Tecnológica Nacional.

Cámara Argentina de Turismo. (s.f.). *La importancia de la actividad económica de turismo y viaje en Argentina.* Recuperado de http://www.ahrcc.org.ar

Cámara de Comercio de Dosquebradas. (s.f.). *El registro nacional de turismo.* Recuperado de http://www.camado.org.co

Congreso de la república. (1991). *Constitución Política de 1991.* Bogotá: Imprenta Nacional.

Cruz, C. (2014). *Conceptualización del ocio, recreación y tiempo libre en el deporte.* Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Decreto 504 de 1997. Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la ley 300 de 1996 (Decreto 504 de 1997). (1997, 28 de febrero). *Diario oficial, 42994,* 1997, 04 de marzo.

Eumed. (s.f.). *Proyecto de inversión para la proyección de un polo de desarrollo turístico sustentable en el municipio de Juchitán de Zaragoza, Oaxaca, para elevar la calidad de vida de la población.* Recuperado de http://www.eumed.net

García, J., Didonna, F., Quirós, R. y Bermúdez, R. (2004). *Diseño, planificación y organización de un tour en aguas rápidas, mar y agua s planas.* Recuperado de http://www.ina.ac.cr

Guerrero, P. y Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. Ciudad de México: Patria.

Herrán, C. (2012). *Marco institucional para el desarrollo sostenible: el mayor desafío de la cumbre Río + 20.* Recuperado de http://library.fes.de

Latiesa, M., Martos, P. y Paniza, J. (2001). *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI.* Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.

Martínez, N. (2003). *Una aproximación teórica sobre el tiempo libre.* Recuperado de http://www.azc.uam.mx

MDZ. (2016). *¿Cuál fue el origen de los viajes?* Recuperado de http://www.mdzol.com

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Política de turismo social: hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos.* Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos.* Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Documento de política de playas turísticas: lineamientos sectoriales.* Recuperado de http://www.citur.gov.co

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de turismo de naturaleza.* Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). *Plan de negocio de turismo de naturaleza de Colombia.* Recuperado de http://www.mincit.gov.co

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Plan sectorial de turismo 2014-2018. "Turismo para la construcción de la paz".* Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). *Colombia supera cifra de 5 millones de viajeros extranjeros en 2016*. Recuperado de http://www.mincit.gov.co

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2003). *Política para el desarrollo del ecoturismo.* Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Cultura. (2007). *Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.* Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Cultura.

Moreno, M. (2016). *El turismo en tiempos de paz.* Recuperado de http://www.elespectador.com

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Código Ético Mundial para el Turismo.* Recuperado de http://ethics.unwto.org

Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los guías de turismo (Decreto 1825 de 2001). (2001, 03 de septiembre). *Diario oficial, 44543*, 2001, 06 de septiembre.

Por el cual se modifica el decreto 504 de 1997 (Decreto 2074 de 2003). (2003, 25 de julio). *Diario oficial, 45262,* 2003, 28 de julio.

Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de guía de turismo de que trata el artículo 94 de la ley 300 de 1996 (Decreto 503 de 1997). (1997, 28 de febrero). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia,* 1997, 28 de febrero.

Por la cual se dicta el código de ética de la profesión del guionaje o guianza turística y se deroga la resolución número 221 del 8 de abril de 1999 (Resolución 135 de 2016). (2016, 26 de diciembre). *Consejo profesional de guías de turismo,* 2016, 26 de diciembre.

Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones (Ley 300 de 1996). (1996, 26 de julio). *Diario oficial, 42845,* 1996, 30 de julio.

Por la cual se modifica la ley 300 de 1996. Ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones (Ley 1558 de 2012). (2012, 10 de julio). *Diario oficial, 48487*, 2012, 10 de julio.

Por la cual se modifica la ley 300 de 1996. Ley general de turismo y se dictan otras disposiciones (Ley 1101 de 2006). (2006, 22 de noviembre). *Diario oficial, 46461,* 2006, 23 de noviembre.

Por medio de la cual se aprueba la "Convención sobre el estatuto de los apátridas", adoptada en Nueva York, el 28 de septiembre de 1954 y la "Convención para reducir los casos de apatridia", adoptada en Nueva York, el 30 de agosto de 1961 (Ley 1588 de 2012). (2012, 19 de noviembre). *Congreso de la república,* 2012, 19 de noviembre.

Pixabay. (2006). *Resumen.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2007). *Humano.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2007a). *El agua.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2007b). *Tapa de alcantarilla*. Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2009). *Coliseo.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2011). *Locomotora.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2013). *Botiquín*. Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2014). *Colectivo.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2014a). *Tecnología.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2015). *Aeronaves.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2015a). *Muelle.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2016). *Edad media*. Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2016a). *Tren.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2016b). *Ciclistas.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2016c). *Binoculares*. Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2016d). *Rafting*. Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2017). *Basura.* Recuperado de https://pixabay.com

Pixabay. (2017a). *Teléfono móvil.* Recuperado de https://pixabay.com

Sobre contravenciones especiales, competencia y procedimiento (Decreto 522 de 1971). (1971, 27 de marzo). *Régimen Legal de Bogotá D.C.,* 1971, 05 de enero.

Trujillo, H. (2016). *Fundamentos de turismo.* Manizales: Universidad de Caldas.

Turismo deportivo. (s.f.). *Turismo deportivo.* Recuperado de http://turismodeportivo.info

Universidad de Matanzas. (2013). *Inventario de atractivos para el desarrollo turístico local del municipio Martí.* Recuperado de https://dialnet.unirioja.es

Urtecho, O. (2015). *Las ruinas de León Viejo como un desarrollo de turismo económico local.* Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

Zaride, N. (2014). *Principales normas ambientales colombianas*. Bogotá: Universidad EAN.

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
	Gloria Milena Zuluaga Osorio	Experta técnica	Centro Comercio y Turismo. Regional Quindío	
	Diana Marcela Mora Castañeda	Asesora red de hotelería y turismo	Grupo de Producción Curricular. Dirección de Formación Profesional Integral. Dirección General	

Autores	Diego Fernando Garcés Gil	Instructor de turismo - líder nacional de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	Agosto de 2017
	Jorge Eduardo Atehortúa López	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	José Fernando Miranda Gómez	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Carolina Hernández Vargas	Instructora de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Raúl Javier Hernández Salgado	Instructor de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Alejandro Castellanos	Instructor de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Tolima	
Adaptación	Rachman Bustillo Martínez	Guionista - Línea de producción	Centro Agroindustrial. Regional Quindío	Agosto de 2017