El futuro es de todos

Gobierno de Colombia



CAT

sacúdete

TARJETA JOVEN COLOMBIA

GEN T

FONTUR COLOMBIA

DISEÑO DE PRODUCTO

Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS.

CURSO VIRTUAL EN TURISMO

JÓVENES CON SENTIDO



CONTENIDO

1 **PRODUCTO TURÍSTICO**
- Definición
- Componentes
- Características

2 **RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS**
- Definición de Recurso Turístico
- Definición de Atractivo Turístico
- Definición de Inventario Turístico
- Prestadores de Servicios Turísticos

3 **DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO**
- Cómo lo puedes hacer
- Ejemplos de Productos Turísticos en Colombia
- Procedimiento metodológico para el diseño del Producto Turístico

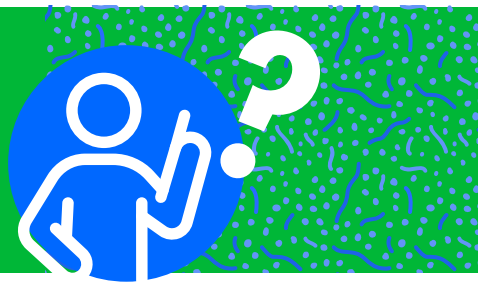
4 **EXPERIENCIA TURÍSTICA**
- Diseño de la Experiencia Turística

5 **ACTIVIDAD EXTRACURRICULAR**

BIBLIOGRAFÍA

¿SABÍAS QUE?

El producto turístico es la forma de materializar la oferta que tiene un destino. A través de un cuidadoso diseño de producto se puede agregar valor a los atributos que quieras destacar de tu región, sin olvidar que éstos deben obedecer a las motivaciones de los viajeros.



1 EN ESTE SENTIDO, EL ABC DEL TURISMO DEFINE EL PRODUCTO TURÍSTICO COMO:

"El conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen los recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, las motivaciones, los requerimientos o los deseos de los turistas, como experiencia turística."



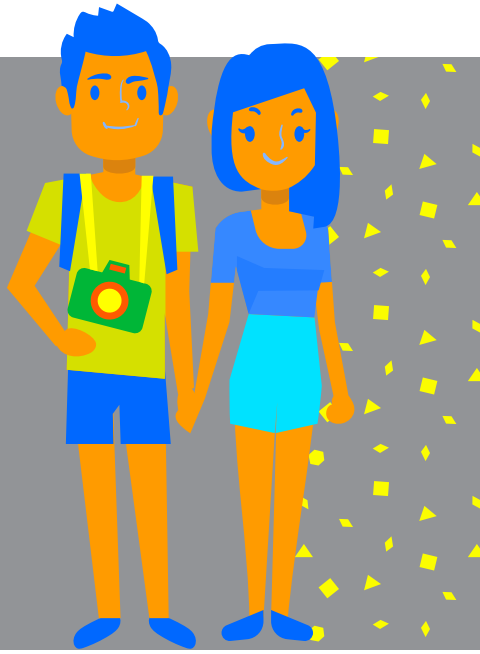


2 LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS TIENEN LOS SIGUIENTES COMPONENTES

- **Vivencial:** Asociado con la participación en festivales, actividades, interacción con comunidades, eventos, comidas y entretenimiento, compras, seguridad y servicios.
- **Emocional:** Recursos humanos, culturales e históricos, y la hospitalidad.
- **Físico:** Infraestructura, recursos naturales, alojamiento y restaurantes.

3 LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS TIENEN UNAS CARACTERÍSTICAS QUE LOS DEFINEN

- **Intangibilidad:** Los consumidores no están seguros de lo que compran, ni de lo que obtendrán cuando lo consuman.
- **Heterogeneidad:** Conformada por diferentes componentes. Es consecuencia de la característica de agregabilidad.
- **Caducidad:** Los productos turísticos no se pueden almacenar. Si no se consumen cuando corresponde, se pierden.



- **Estacionalidad:** Los flujos de turistas tienden a concentrarse en determinadas épocas del año, ya sea por factores naturales, por ejemplo, el clima y la naturaleza o factores institucionales como los periodos de vacaciones.
- **Agregabilidad:** Los productos turísticos se forman a partir de agregar varios elementos como atractivos o servicios turísticos.
- **Elevados costos fijos de las operaciones:** Es necesario que este sector estimule continuamente a la demanda para que se puedan cubrir los costos fijos de operación.
- **Simultaneidad de producción y consumo:** Primero el producto turístico se compra, luego es producido y consumido o al mismo tiempo.



2 RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

¿SABÍAS QUE?

Para el diseño de un producto turístico, la actividad turística tiene como componente principal los recursos y los atractivos que ofrecen cada región o lugar. Es por esto que la oferta es amplísima, inagotable y se sigue transformando o adaptando según las necesidades y demanda del mercado.

La diferencia entre recurso turístico o atractivo turístico se establece desde las definiciones y su utilidad. Tomaremos inicialmente las definiciones dadas por la Organización Mundial del Turismo OMT.



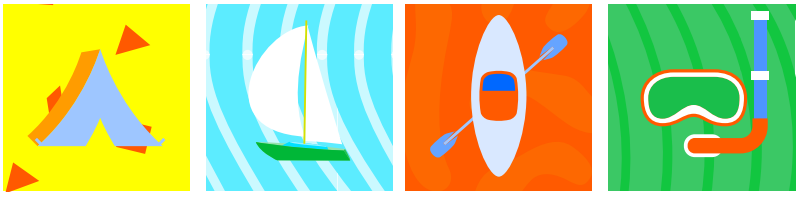


1 RECURSO TURÍSTICO:

Un recurso turístico constituye la existencia de un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

2 ATRACTIVO TURÍSTICO:

Todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las actividades de la demanda.





¡RECUERDA!

Es importante que conozcamos nuestra riqueza, para así valorarla, sentirla, reconocerla, al hacer esto, podremos proponer maneras de preservarla, cuidarla y ofrecerla para el disfrute de otros.

3 INVENTARIO TURÍSTICO

Los atractivos turísticos se organizan en un inventario turístico, que se define como: "el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región" (MinCIT, 2010, p. 4).



"Los inventarios de atractivos turísticos son un insumo importante en los procesos de planificación turística, los cuales constituyen elementos necesarios para la toma de decisiones tanto para el sector público como para el privado, en los órdenes nacional y regional" (MinCIT, 2010).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) ha desarrollado una metodología para la elaboración de inventarios de atractivos turísticos que aplica para Colombia. Existen variedad de metodologías para realizar inventarios, sin embargo, esta es la que se aplica en el país.

4 PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS



El artículo 76 de la Ley 300 de 1996 define como prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley quienes deben estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo.

CLASIFICACIÓN

Por su parte, el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 modificado por el Decreto 229 de 2017, señala que los prestadores de servicios turísticos que se relacionan a continuación deben inscribirse en el Registro Nacional de Turismo.

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
2. Las agencias de viajes y turismo.
3. Agencias de viajes operadoras.
4. Agencias de viajes mayoristas.
5. Las oficinas de representación turística.
6. Los guías de turismo.
7. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
8. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
9. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
10. Empresas promotoras o desarrolladoras de tiempo compartido.
11. Empresas comercializadoras de tiempo compartido.
12. Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y estén ubicados en un lugar turístico conforme lo establecido en las Resoluciones 347 y 348 de 2007.
13. Las empresas captadoras de ahorros para viajes y de servicios turísticos prepagados.
14. Los concesionarios de servicios turísticos en parque.
15. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.
16. Los parques temáticos.
17. Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

Los prestadores de servicios turísticos son el soporte y complementan la prestación del servicio de un producto turístico en busca de satisfacer las necesidades de los viajeros.

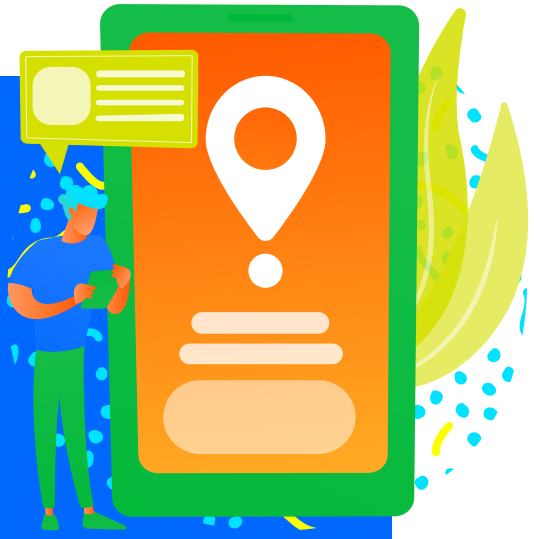


¿SABÍAS QUE?

Los prestadores de servicios turísticos son el soporte y complementan los productos turísticos, buscan satisfacer las necesidades de los viajeros.

3 DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico es la forma de materializar la oferta que tiene un destino turístico. A través del diseño de un producto conectas los elementos, recursos, atractivos y experiencias turísticas de un destino, agregando valor a los atributos que quieres destacar en él.



1 CÓMO LO PUEDES HACER:

- **Ruta:** Itinerario que articula varios atractivos turísticos, se caracteriza por iniciar en un punto determinado y llegar a otro punto diferente de partida.
- **Circuito:** Recorrido circular, los puntos de partida y de llegada son los mismos. Articula varios atractivos turísticos.
- **Clúster:** Agrupación de empresas y organizaciones que cooperan para crear un producto turístico exitoso en un territorio.
- **Micro clúster:** Agrupación de un pequeño número de empresas y organizaciones alrededor de un atractivo con el objetivo de crear un producto turístico exitoso.

Fuente: El ABC del turismo. MinCIT. Colombia. Pg. 68. 2019.



En el diseño de productos turísticos se pueden incluir todos los elementos con los cuales entra en contacto el visitante de un destino, como:

- Infraestructura (transporte y servicios públicos).
- Personal de servicio.
- Lugares de alojamiento.
- Atractivos.
- Actividades.
- Instalaciones y servicios.

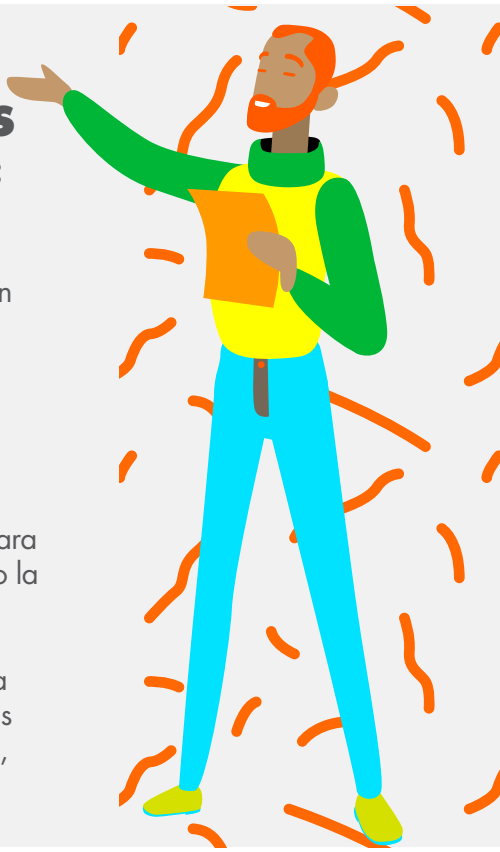
Un producto turístico es como un viaje, para llegar hacia el objetivo esperado debes dar diferentes pasos. Conoce esta ruta para su diseño.

- Estudio de mercado.
- Ajuste entre producto y mercado.
- Zonas de desarrollo turístico y de productos.
- Consulta y colaboración con los interesados.
- Productos insignia y ejes.
- Productos agrupados, circuitos y eventos.
- Cartera de productos y plan de inversión.
- Desarrollo de recursos humanos.
- Mercadeo y promoción.



Fuente: El ABC del turismo. MinCIT. Colombia. Pg. 67.

2 COLOMBIA TIENE UNA OFERTA TURÍSTICA DIVERSA, CONOCE ALGUNOS EJEMPLOS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS:



- **Turismo de naturaleza:** Rutas turísticas por Parques Nacionales Naturales como Los Nevados, Amacayacu, Corales del Rosario y San Bernardo, y Serranía de la Macarena.
- **Turismo cultural:** Ruta de turismo literario "Ruta de Macondo de Gabriel García Márquez", en el Magdalena.
- **Turismo de eventos y convenciones:** En este tipo de turismo se destaca las ciudades que tienen infraestructura y servicios turísticos para grandes eventos como Bogotá, Medellín y Cartagena y eventos como la vitrina turística de ANATO, que se celebra cada año en Bogotá.
- **Turismo de bienestar y salud:** Termales del Otoño en Villamaría Caldas, en donde se ofrecen servicios de spa, tratamientos con aguas termales, baños de lodo, fisioterapias, recuperación post hospitalaria, comida saludable y meditación.

3 PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO PARA EL DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO



FASE I. PROCESO DE IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Al emprender el diseño de un producto turístico es necesario que verifiques si existe una oportunidad de mercado. El estudio de la demanda arrojará dos resultados importantes:

- **Características cualitativas de la demanda:** Identifica el perfil del segmento de mercado al cual dirigirás la oferta.
- **Cuantificación de la demanda:** Registra la cantidad de personas que actualmente visitan el lugar; conoce el crecimiento anual de visitantes y haz deducciones sobre las visitas a futuro, también analiza las tendencias actuales, su comportamiento, motivaciones, entre otros.

El estudio de mercado debe incluir el análisis de intermediarios como las agencias de viaje, los proveedores, la competencia y el público objetivo, el microentorno que rodea al producto o destino. Además, los factores que forman parte del macroentorno, entre ellos, económico, demográfico, tecnológico, físico, sociocultural y políticolegal.



FASE II. DISEÑO DEL PRODUCTO

El proceso de diseño del producto abarca diferentes etapas:

ETAPA I

IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS/ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que contribuyen a conformar la oferta turística de tu región. También debes identificar los productos que ya están comercializándose en el destino y cuáles admiten alianzas, mejorando e integrando otras actividades.

ETAPA II

PASO N°1. GENERACIÓN Y SELECCIÓN DE IDEAS

Estimula el pensamiento creativo, ojalá con un equipo multidisciplinario, formula productos que tengan en cuenta los recursos y atractivos identificados, revisa las necesidades y deseos a satisfacer, el conocimiento técnico con el que cuentas, los mercados potenciales, niveles de innovación, tendencias del mercado, así como también la competencia. Realiza una selección de ideas, revisa su viabilidad, posibilidades de llevarlas a la práctica y coincidencia con las expectativas de los turistas.





PASO N°2. ACTIVIDADES A REALIZAR

Teniendo en cuenta los atributos que caracterizan los recursos/atractivos, identifica el tipo de actividades que el turista puede realizar en ellos, establece tiempos de ejecución así se puede diseñar un itinerario que servirá de base para la oferta del paquete, evidenciando las necesidades de servicios y equipamientos para realizarlas, así como la ficha de costo que servirá para establecer precios del producto y realizar análisis de factibilidad.

ETAPA III



PASO N°1. PRODUCTO TURÍSTICO

Concreta los itinerarios de viaje y sus momentos, ubicando cada actividad en su espacio y tiempo, tanto la que está relacionada con la oferta principal del producto, como los elementos que lo complementan y permiten su ejecución (logística y otros). Este ejercicio debe ser coherente con la oferta real del destino.

El producto debe ser sometido a una prueba de mercado ante un grupo de turistas pertenecientes al segmento seleccionado como mercado meta, así corregirás posibles insuficiencias y/o hacerle mejoras a partir de sugerencias recibidas en la evaluación.



PASO N°2. INTEGRACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Integra los elementos anteriores y diseña la oferta turística, aprovecha para revisar la articulación de los diferentes componentes y los productos que ofrece el destino, debes tener en cuenta que el mayor interés del turista consiste en llevarse la experiencia de forma integrada.

4 EXPERIENCIA TURÍSTICA

¿SABÍAS QUE?

En un producto turístico se destacan las experiencias que se convierten en memorables por ser auténticas, innovadoras, cuando incluyen vivencias y generan emociones.

Quienes buscan un destino para visitar participan en la producción de una experiencia turística, la cual sucede en un espacio diferente al cotidiano y en el que se practican una serie de actividades que no se realizan habitualmente.

Existen diferentes modelos para diseñar una experiencia turística, hoy queremos presentarte la "Caja de herramientas de turismo experiencial", desarrollada por SENNOVA. El proceso está compuesto por tres fases: Planeación, ejecución y evaluación. Veamos a continuación cada una de ellas.



1 EL DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA SE PUEDE DESARROLLAR EN TRES FASES: PLANEACIÓN, EJECUCIÓN, EVALUACIÓN.

PLANEACIÓN



- **Perfil del viajero:** Identifica qué tipo de viajero llega a tu localidad y qué tipo de actividades busca, es importante entender las tendencias del turismo y las motivaciones de los viajeros según edades, gustos, estratos y demás.
- **Entornos exclusivos**: Analiza qué atractivos naturales y culturales o actividades ofrece tu localidad, ojalá que sean diferentes, que agreguen valor adicional frente a otros que existan en el mercado y sean llamativos. Herramientas como el inventario turístico permiten hacer este ejercicio.
- **Sostenibilidad:** Proyecta si la experiencia puede generar sostenibilidad ambiental, social y económica, como aporte al desarrollo turístico de la región.
- **Seguridad:** Indaga si el sitio donde se puede desarrollar la actividad presenta elementos de seguridad para la localidad y el visitante.
- **Información:** Recoge toda la información posible del lugar o la actividad sobre la cual quieres desarrollar la experiencia, existen técnicas como el *storytelling* o la interpretación que aportan a la construcción de historias con valor simbólico alrededor de la experiencia.



Una vez identificados estos aspectos y los que se consideren necesarios para el diseño de la experiencia ya se puede diseñar la misma, acá algunos aspectos a tener en cuenta.

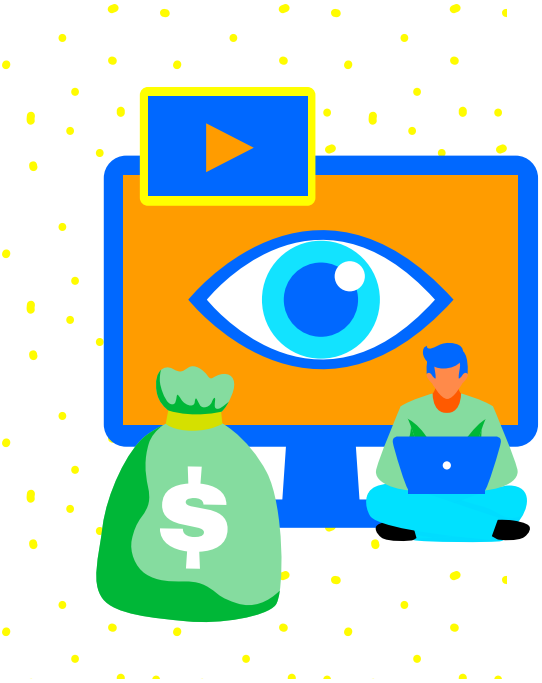


EJECUCIÓN

- **Experiencia:** Adquiere el conocimiento y las habilidades para las actividades que vas a desarrollar, eso hace parte de la diferenciación y la calidad de la experiencia, dándole un valor agregado a la misma. Este aspecto requiere formación y capacitación en los diferentes servicios que conforman la experiencia.
- **Momentos sensoriales:** Cuenta una buena historia y aprende a estimular los sentidos, esto puede ser el factor determinante en una experiencia turística, generando sensaciones y emociones intencionales, lograrás recordación.

- **Participación del viajero:** Estructura una buena experiencia identificando qué quieres que el viajero sepa o conozca, qué quieres que sienta y haga.
- **Intercambio de experiencias:** Conecta la experiencia que diseñes con actividades complementarias que se encuentren en la zona y que tengan un eje temático similar, esto permitirá dar una mayor identidad al producto turístico y el viajero tendrá más opciones de disfrutar en el destino.





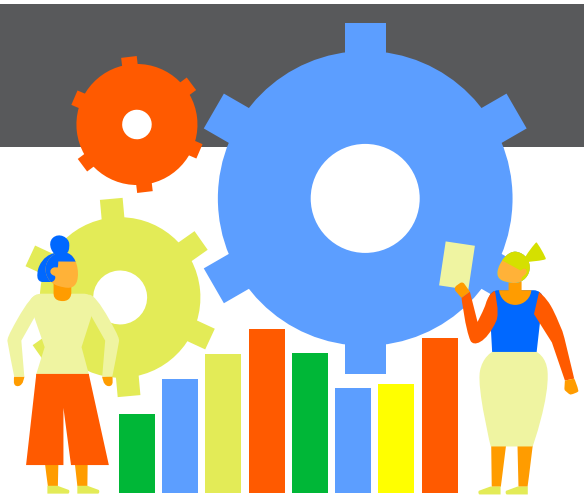
EVALUACIÓN

- **Validación:** Antes de que la experiencia se incluya en un producto turístico, haz validaciones, estas pueden ser con las mismas personas locales, con alguien que tengan otras experiencias o asesorándote con personas que tengan conocimiento en el tema.
- **Seguimiento:** Haz un constante monitoreo o seguimiento a la experiencia, esto permitirá establecer los ajustes en la medida en que se deban ir haciendo, con el fin de siempre generar satisfacción y no perder vigencia.

La experiencia debe costearse y tener un precio para que finalmente pueda incorporarse en un producto turístico. Es muy importante indagar sobre los requisitos legales que deben cumplir para la ejecución de la experiencia, entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, FONTUR o las autoridades locales encargadas del sector, pueden brindar información acerca del tema.

ACTIVIDAD EXTRACURRICULAR

Descripción de la actividad:
Haz una propuesta de experiencia turística que se pueda desarrollar en tu localidad, a partir de los aspectos propuestos en la Caja de herramientas que conociste en este módulo. Puedes hacerlo desde la casa o visitando un lugar, por ejemplo una finca o un museo.



NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:
Mi experiencia turística.

PROPÓSITO: Proponer una experiencia turística que incluya elementos de identidad y autenticidad de la localidad siguiendo algunos de los pasos sugeridos para el diseño de experiencias turísticas.

DURACIÓN: 2 horas.

RECURSOS REQUERIDOS: Carteleras, colores, lápiz, hojas en blanco, tabla de campo, ficha técnica.

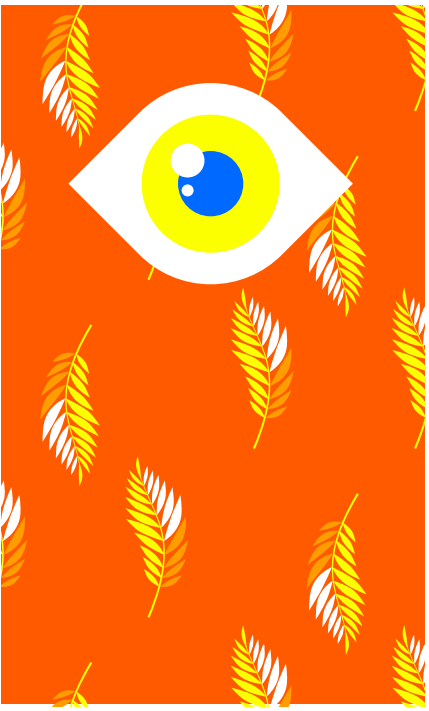


FICHA PARA LA PROPUESTA DE EXPERIENCIA TURÍSTICA

	DESCRIPCIÓN
Nombre del estudiante	
Fecha	
Lugar o actividad	Selecciona un lugar de tu localidad en donde vayas a diseñar la experiencia. Natural o cultural (sendero, montaña, finca, playa museo, templo, centro histórico). Recuerda que también puede ser una actividad (agrícola, pesca, proceso, festividad).
Factor auténtico o de identidad	Describe cuál es la importancia desde la identidad o lo auténtico que presenta el lugar.
A qué tipo de viajeros se les puede ofrecer la experiencia	A qué personas consideras (desde tu conocimiento), que se les podría ofrecer esta experiencia, haz una breve descripción.
Elementos de seguridad	Describe si la experiencia que vas a diseñar requiere algunos elementos de seguridad especial.
Información	Describe algunos aspectos de la información sobre los factores auténticos o de identidad que consideres sean los más relevantes para la experiencia (historia, flora y fauna, folclor).
Momentos sensoriales	Describe qué actividades dentro de la experiencia usarías para estimular los sentidos (gusto, vista, tacto y olfato). Recuerda que esta puede ser la parte más importante en el diseño de la experiencia. No es necesario proponer actividades para los 4 sentidos, pero usa al menos dos.
Participación del viajero	Describe qué estrategia usarás para que el viajero se involucre en la actividad.

Asigna un nombre a tu experiencia	Ponle un nombre a tu experiencia, este debe ser llamativo y estar en concordancia con lo que diseñaste.
Con qué se complementa	Identifica si existen otras experiencias locales que puedan complementar la que acabas de proponer.

CÓMO EVALUAR QUE SE CUMPLIÓ CON EL PROPÓSITO: Podrás compartir con otros estudiantes las experiencias diseñadas y entre todos podrán seleccionar una de las experiencias e ir a realizarla.



BIBLIOGRAFÍA DEL MÓDULO

- Arango Lina. SENNOVA (2017). Caja de herramientas de turismo experiencial. Colombia. SENNOVA.
- Cruz Sergio. (2017). Chile. Manual de diseño de experiencias turística. Universidad de Talca.
- Fondo de promoción turística de Colombia. FONTUR. (2012). Colombia. Experiencias Turísticas en Colombia. El sello "Colombia inolvidable".
- Mórelo Alexandra, Padilla Carmelo. (2018). Colombia. El turismo de experiencias como forma de turismo cultural en el barrio Getsemaní de la ciudad de Cartagena de Indias. Universidad tecnológica de Bolívar.
- Ministerio de Comercio Industria y turismo. FONTUR. (2019) Colombia. El ABC del turismo, cuaderno de trabajo.
- Ministerio de Comercio Industria y turismo. (2020). Colombia. Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos.
- SERNATUR. (2015). Chile. Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados.
- Suescún Hayda, Galán María L, Caicedo Germán. (2014). Colombia. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. FONTUR.

http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/MANUAL_DISENO_DE_PAQUETES_TURISTICOS.pdf

https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/registro-nacional-de-turismo/prestadores-de-servicios-turisticos-%E2%80%93-definiciones/prestadores-de-servicios-turisticos-%E2%80%93-definiciones.pdf.aspx

https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion

www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com

Link