PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRALFORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Servucción Turística
- **Código del Programa de Formación:** 41311215
- **Nombre del Proyecto:**
- **Fase del Proyecto:**
- **Actividad de Proyecto:**
- **Competencia:** Diseñar paquetes turísticos de conforme a los requerimientos del mercado y/o solicitud del cliente.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
- Definir el mercado objetivo del programa turístico según caracterización y estudio de la oferta.
- Estructurar programa turístico según mercado definido y características de innovación
- Ajustar programa turístico de acuerdo con políticas de la organización y validación
- Efectuada
- Validar programa turístico diseñado de acuerdo con los índices de aceptación del
- Producto en el mercado turístico.

- **Duración de la Guía:** 40 Horas directas.

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz,

¡Elaboremos Inventarios Turísticos!

Hemos aprendido sobre el origen del turismo y sobre las diferentes tipologías turísticas existentes, lo cual nos ha llevado a aprender que cualquier destino puede tener productos o experiencias que cumplan con las diferentes expectativas e intereses de cualquier turista.
Es decir, todo destino puede tener vocación turística. Aquí es donde nace la principal labor del operador turístico y es dinamizar la actividad.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la Actividad:**
  Validar inventarios turísticos
- **Ambiente Requerido:**
  Esta guía ha sido adecuada para su realización presencial.
- **Materiales:**
  Cuaderno, lápices, colores, hojas (ojalá reutilizables)Estimado

aprendiz,

Lea detenidamente la presente guía, allí se establecen las actividades de aprendizaje quedebe realizar.

INVENTARIOS TURÍSTICOS I

Cuando se quiere desarrollar un producto turístico en un destino; una de las primeras tareasque debe hacer el operador turístico es reconocer y caracterizar los recursos con los que se cuenta para poder diseñar las diferentes experiencias. Entre esos recursos encontramosque hay factores y elementos en el entorno que bien sea ya estén listos para su aprovechamiento o que sencillamente no lo están pero a futuro pueden incluirse en la oferta turística del destino.

Para reconocer dichos bienes o elementos, a los que en adelante conoceremos como ATRACTIVOS TURÍSTICOS, el Viceministerio de Turismo de Colombia dispone de una metodología que precisa la forma como se debe adelantar el registro de su inventario. Comenzando por una enumeración de los diferentes atractivos seguido de una valoración de los mismos.

Un atractivo se valora para dar un puntaje que permita establecer un nivel de aprovechamiento del recurso o del atractivo turístico; ahora bien, no podemos valorar un atractivo desde nuestro punto de vista ya que nuestra apreciación puede ser muy subjetiva;es decir, para alguien un atractivo puede ser “mejor” que otro porque lo considera “más bonito” o “más importante” entre otros aspectos. Por tanto, para no valorar un atractivo desde nuestra apreciación personal; la metodología de elaboración de inventarios turísticos del viceministerio ofrece una escala y criterios de valoración que debemos seguir puntualmente.

Para comenzar este recorrido por los atractivos turísticos del destino, debemos saber que existen dos (2) grandes grupos de atractivos:

- Sitios Naturales
- Patrimonio Cultural

El primer paso es elaborar un listado de los atractivos turísticos, vamos a comenzar por el grupo de sitios naturales; el listado no debe tener un número mínimo o máximo porque sencillamente se debene incluir todos los recursos del destino o de sus alrededores; por ejemplo en Prado relacionaremos sitios naturales de la represa, de Purificación, de Dolores,de las veredas, etc. En Payande incluiremos San Luis, Valle de San Juan, Guamo, Ibaguéincluso; y el Cañón del Combeima debe incluir desde luego atractivos de Ibagué; un turistaen la actualidad no llega solamente a un destino y se queda quieto allí sino que aprovechaal máximo la región.

Para el listado debemos incluir todos los sitios naturales que se pueden encontrar en el destino, aquellos que no ha sido (o muy poco) intervenidos por el hombre como por ejemplomotañas, llanuras, cuerpos de agua (ríos, lagunas, lagos, cascadas, humedales, quebradas, etc), lugares de caza y pesca, áreas protegidas, cuevas, entre muchos otros más.

Después de hacer el listado vamos a comenzar con la valoración, la cual tiene dos categorías:

a) CALIDAD
b) SIGNIFICADO

La calidad tiene de cero (0) a setenta (70) puntos; el significado tiene de cero (0) a treinta (30) puntos para un total de 100 puntos al sumarlo. Quiere decir que ningún atractivo puedetener más de 100 puntos en total.

La calidad de un sitio natural se valora con 7 criterios, a cada criterio se le da de cero (0) adiez como lo muestra la siguiente imagen:

		Puntaje
Calidad	Sin contaminación del aire	10
	Sin contaminación del agua	10
	Sin contaminación visual	10
	Sin contaminación sonora	10
	Estado de conservación	10
	Diversidad	10
	Singularidad	10
	Total	**70**

Para obtener el puntaje en cada uno de los criterios se debe tener en cuenta:

- ✓ *Sin contaminación del aire:* Se refiere a qué tanta contaminación del aire hay en el sitionatural, si tiene mucha contaminación entonces se le da un puntaje que se acerque al cero; si no tiene nada de

contaminación el puntaje se acerca al 10; puede ser un promedio según el nivel de contaminación que tenga.

- ✓ *Sin contaminación del agua:* Igual al ítem anterior pero se tiene en cuenta la contaminación del agua del sitio natural.
- ✓ *Sin contaminación visual:* Si existe arquitectura inadecuada o deterioro del paisaje, obstrucción visual, basuras, etc.
- ✓ *Sin contaminación sonora:* Ruido que impida el disfrute de sonidos naturales.
- ✓ *Estado de conservación:* Situación en la que se encuentre la fauna y flora local o nivel de deforestación, presencia de erosión, especies en nivel de extensión, etc.
- ✓ *Diversidad:* Riqueza de aspectos a observar tanto en especies de flora y fauna como enecosistemas o paisajes.
- ✓ *Singularidad:* Que tan excepcional o único es este tipo de atractivo

Al valorar cada uno de estos criterios se suman y se obtiene el subtotal por calidad.

Luego se valora el SIGNIFICADO, el cual tiene un puntaje como se puede ver a continuación:

Significado	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total	**30**

El significado es el grado de reconocimiento que se tiene del atractivo, aquí no se saca unpromedio ni se suma, sólo se le da el puntaje que corresponda así:

- ✓ *Local:* Si el atractivo es reconocido solamente por la comunidad local (municipio,corregimiento, vereda)
- ✓ *Regional:* Si el atractivo es reconocido en uno o más departamentos.
- ✓ *Nacional:* Si el atractivo es reconocido en el país.
- ✓ *Internacional:* Si el atractivo es reconocido en dos o más países.

Al valorar el significado se suma este valor al subtotal de calidad y se obtiene el total el atractivo.

Por último, se debe organizar el listado en orden del de mayor puntaje al de menor puntajey así queda listo el inventario de atractivos turísticos – sitios naturales.

Recuerden que pueden consultar más información sobre atractivos turísticos y otrosconceptos en las bases de datos de las bibliotecas SENA, a continuación de clic sobre el link describiendo paso a paso cómo consultar las bases de datos: Link con el instructivo para consultar en las bases de datos del SENA

La evidencia del tema Atractivos Turísticos es la siguiente:

Evidencia de Producto:

Inventario Sitios Naturales valorados.

La evidencia se debe presentar en forma física o enviarla también por la plataformaterritorio, por el correo electrónico.

INVENTARIOS TURÍSTICOS II

Recordemos que una de las primeras tareas que debe hacer el operador turístico es reconocer y caracterizar los recursos y atractivos turísticos del destino y que existe una metodogolía para valorar la calidad y el significado de los mismos con el fin de jerarquizar su inclusión en las experiencias turísticas.

Los atractivos se clasifican en dos grandes grupos que son Sitios Naturales y Patrimonio Cultural; en la guía anterior aprendimos cómo valorar atractivos del primer grupo; ahora continuaremos con los atractivos turísticos de Patrimonio Cultural.

Los atractivos de Patrimonio Cultural igual se subdividen en:

- Patrimonio Cultural Material
- Patrimocio Cultural Inmaterial
- Festividades y Eventos
- Grupos de Especial Interés

De igual forma se inicia con un listado de los atractivos o recursos del destino; el listado nodebe tener un número mínimo o máximo, se deben incluir todos los recursos del destino o
de sus zonas de influencia o municipios aledaños.

Después de hacer el listado vamos a comenzar con la valoración, la cual tiene doscategorías:

a) CALIDAD
b) SIGNIFICADO

La calidad tiene de cero (0) a setenta (70) puntos; el significado tiene de cero (0) a treinta (30) puntos para un total de 100 puntos al sumarlo. Quiere decir que ningún atractivo puedetener más de 100 puntos en total.

La calidad de un Patrimonio Cultural Material se valora con 3 criterios, a cada criterio se leda de cero (0) a diez como lo muestra la siguiente imagen:

		Puntaje
Calidad	Estado de Conservación	21
	Constitución del Bien	21
	Representatividad	28
	Total	**70**

Para obtener el puntaje en cada uno de los criterios se debe tener en cuenta:

- ✓ *Estado de Conservación:* Si conserva su homogeneidad estética y su integridad física desde su situación original o a partir de las posibles acciones del hombre (restauración)para mejorar la calidad del recurso.

- ✓ *Constitución del Bien:* Se refiere a los materiales y las técnicas de elaboración del bien.Existen bienes que por su antigüedad poseen materiales y técnicas en desuso o desaparecidas que merecen ser destacadas en el ejercicio de la valoración. Pero también pueden existir bienes con materiales o combinación de técnicas modernas que,igualmente, pueden valorarse por su singularidad o porque representan avances tecnológicos.

- ✓ *Representatividad:* Impostancia del bien como un elemento que dio partida a GFPI-F-135 V01 histórico, social o cultural.

Al valorar cada uno de estos criterios se suman y se obtiene el subtotal por calidad.

Luego se valora el SIGNIFICADO, el cual tiene un puntaje como se puede ver a continuación:

Significado	Local Regional Nacional Internacional **Total**	6 12 18 30 **30**

El significado es el grado de reconocimiento que se tiene del atractivo, aquí no se saca unpromedio ni se suma, sólo se le da el puntaje que corresponda así:

- ✓ *Local:* Si el atractivo es reconocido solamente por la comunidad local (municipio,corregimiento, vereda)
- ✓ *Regional:* Si el atractivo es reconocido en uno o más departamentos.
- ✓ *Nacional:* Si el atractivo es reconocido en el país.
- ✓ *Internacional:* Si el atractivo es reconocido en dos o más países.

Al valorar el significado se suma este valor al subtotal de calidad y se obtiene el total el atractivo.

Por último, se debe organizar el listado en orden del de mayor puntaje al de menor puntajey así queda listo el inventario de atractivos turísticos – patrimonio cultural material.

Recuerden que pueden consultar más información sobre atractivos turísticos y otrosconceptos en las bases de datos de las bibliotecas SENA, a continuación de clic sobre el link describiendo paso a paso cómo consultar las bases de datos: Link con el instructivo para consultar en las bases de datos del SENA

La evidencia del tema Atractivos Turísticos es la siguiente:

Evidencia de Producto:

Inventario Atractivos de Patrimonio Cultural Material

La evidencia se debe presentar en forma física o enviarla también por la plataformaterritorio, por el correo electrónico.

INVENTARIOS TURÍSTICOS III

Ya sabemos como reconocer y caracterizar los sitios naturales y patrimonio cultural materialcomo recursos turísticos de un destino a través de la metodología dispuesta por elviceministerio de turismo de Colombia

para tal fin.

Ahora sabremos cómo valorar los atractivos de Patrimonio Cultural Inmaterial, Festividadesy Eventos y Grupos de Especial Interés. Recordemos que todos los atractivos son valoradosa través de su CALIDAD y SIGNIFICADO.

La calidad tiene de cero (0) a setenta (70) puntos; el significado tiene de cero (0) a treinta (30) puntos para un total de 100 puntos al sumarlo. Quiere decir que ningún atractivo puedetener más de 100 puntos en total.

La calidad de un Patrimonio Cultural Inmaterial se valora con cinco criterios, a cada criteriose le da de cero (0) a catocre (14) como lo muestra la siguiente imagen:

		Puntaje
Calidad	Colectivo	14
	Tradicional	14
	Anónimo	14
	Espontáneo	14
	Popular	14
	Total	**70**

Para obtener el puntaje en cada uno de los criterios se debe tener en cuenta:

- ✓ *Colectivo:* Común a un grupo humano que se siente representado en este hecho, quelo usufructúa y lo transmite.
- ✓ *Tradicional:* Se transmite de generación en generación y sus orígenes se pierden en eltiempo.
- ✓ *Anónimo:* No tiene autor conocido y sus origen se remonta a tiempos muy antiguos.
- ✓ *Espontáneo:* Responde al modo natural, sencillo e ingenuo con que se transmite unaexpresión.
- ✓ *Popular:* Representa la cotidianidad de las masas populares.

Al valorar cada uno de estos criterios se suman y se obtiene el subtotal por calidad.

Luego se valora el SIGNIFICADO, el cual tiene un puntaje como se puede ver acontinuación:

Significado	Local Regional Nacional Internacional **Total**	6 12 18 30 **30**

El significado es el grado de reconocimiento que se tiene del atractivo, aquí no se saca unpromedio ni se suma, sólo se le da el puntaje que corresponda así:

- ✓ *Local:* Si el atractivo es reconocido solamente por la comunidad local (municipio,corregimiento, vereda)
- ✓ *Regional:* Si el atractivo es reconocido en uno o más departamentos.
- ✓ *Nacional:* Si el atractivo es reconocido en el país.
- ✓ *Internacional:* Si el atractivo es reconocido en dos o más países.

Al valorar el significado se suma este valor al subtotal de calidad y se obtiene el total el atractivo.

Por último, se debe organizar el listado en orden del de mayor puntaje al de menor puntajey así queda listo el inventario de atractivos turísticos de patrimonio cultural inmaterial.

La calidad de una Festividad y Evento se valora con tres criterios, al primer criterio se le dade cero (0) a treinta (30) y a los otros dos de cero (0) a veinte (20) como lo muestra la siguiente imagen:

		Puntaje
Calidad	Organización del evento Beneficios socioculturales Beneficios económicos locales **Total**	30 20 20 **70**

Para obtener el puntaje en cada uno de los criterios se debe tener en cuenta:

- ✓ *Organización del evento:* Tiene en cuenta el nivel de organización del evento, valorandoaspectos como el

contenido del mismo, programación, cumplimiento, logística.

- ✓ *Beneficios socioculturales para la comunidad:* Arraigo dentro de la comunidad, divulgación del folclore regional, nivel en que ayuda el evento en la promoción de la región, nivel de integración comunitaria en la realización del evento.

- ✓ *Beneficios económicos locales:* Aumento de los ingresos regionales, beneficios en el mejoramiento de la calidad de vida de la población y la correcta utilización del presupuesto destinado a la organización del evento.

Al valorar cada uno de estos criterios se suman y se obtiene el subtotal por calidad.

Luego se valora el SIGNIFICADO, el cual tiene un puntaje como se puede ver a continuación:

Significado	Local Regional Nacional Internacional **Total**	6 12 18 30 **30**

El significado es el grado de reconocimiento que se tiene del atractivo, aquí no se saca unpromedio ni se suma, sólo se le da el puntaje que corresponda así:

- ✓ *Local:* Si el atractivo es reconocido solamente por la comunidad local (municipio,corregimiento, vereda)

- ✓ *Regional:* Si el atractivo es reconocido en uno o más departamentos.

- ✓ *Nacional:* Si el atractivo es reconocido en el país.

- ✓ *Internacional:* Si el atractivo es reconocido en dos o más países.

Al valorar el significado se suma este valor al subtotal de calidad y se obtiene el total el atractivo.

Por último, se debe organizar el listado en orden del de mayor puntaje al de menor puntajey así queda listo el inventario de atractivos turísticos de patrimonio cultural festividades y eventos.

El último grupo es en realidad el más sencillo ya que en el criterio de CALIDAD sólo se evalúa un elemento y es el respeto por las constumbres de cero (0) a setenta (70) teniendoen cuenta la forma de conservación auténtica de legado natural de los GRUPOS DE ESPECIAL INTERES como comunidades negras, razailes, indígenas, pueblos rom o gitano

Recuerden que pueden consultar más información sobre atractivos turísticos y otrosconceptos en las bases de datos de las bibliotecas SENA, a continuación de clic sobre el link describiendo paso a paso cómo consultar las bases de datos: Link con el instructivo para consultar en las bases de datos del SENA

Evidencia de Producto:

Inventario Atractivos de Patrimonio Cultural Inmaterial, Festividades y Eventos y Grupos deespecial interés.

La evidencia se debe presentar en forma física o enviarla también por la plataformaterritorio, por el correo electrónico.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentosde Evaluación
Evidencias de Producto: 1. Inventario Sitios Naturales valorados	El aprendiz elabora inventarios turísticos	**Evidencias de Producto:** 1. Inventario Sitios Naturales valorados – Listade Chequeo
Evidencias de Producto: 1. Inventario Atractivos de Patrimonio Cultural Inmaterial, Festividades yEventos y Grupos de Especial Interés.	El aprendiz elabora inventarios turísticos	**Evidencias de Producto:** 1. Inventario Atractivos de Patrimonio Cultural Inmaterial, Festividades y Eventos y Grupos de Especial Interés – Lista deChequeo

Evidencias de Producto: 1. Inventario Atractivos de Patrimonio Cultural Material	El aprendiz elabora inventarios turísticos	**Evidencias de Producto:** 1. Inventario Atractivos de Patrimonio Cultural Material – Lista de Chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Actividad Turística.** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. También son todos los actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo.

- **Agencia de Viajes**: Es una empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes como por ejemplo: transportistas (aerolíneas, cruceros), servicio de alojamiento (hoteles) con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen y puedan utilizarlos.

- **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.

- **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.

- **Agroturismo**. En esta actividad el turista busca vincularse con las labores del campo, para el turista significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza, aun tratándose de espacios sometidos a procesos productivos intensos. También permite realizar caminatas por senderos, paseos en animales de carga, degustar alimentos producidos en el lugar.

- **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.

- **Atractivo turístico**. Lugar, bien o característica específica, tangible o intangible, que tiene el poder de atraer al turista y motivar su desplazamiento. Puede ser de tipo natural (creados sin la intervención humana) o cultural (creados por el hombre).

- **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.

- **Cadena de valor del turismo** se puede definir como el proceso de transferencia de los productos turísticos desde los proveedores hasta los consumidores, que generalmente está compuesto por productos turísticos, intermediarios turísticos - tradicionales o de comercio electrónico.

- **Capacidad de carga**. Es la intensidad de uso turístico por afluencia de personas en un periodo de tiempo, más allá de la cual el aprovechamiente de un atractivo turístico es insostenible o perjudicial para la calidad medio ambiental, el patrimonio natural y cultural de dicho atractivo.

- **Capacidad de un atractivo turístico**. Es el límite de uso turístico en un periodo de tiempo, más allá del cual el aprovechamiento de un atractivo , turístico es insostenible o perjudicial para el mantenimiento de sus valores ambientales, sociales y culturales. Su determinación supone el uso de metodologías o mecanismos que establezcan límites máximos de uso turístico por la afluencia de personas o por comportamientos de las visitas que superen las condiciones óptimas de dichos atractivos.

- **Ecoturismo**. El ecoturismo es un tipo de actividad turística especializada, desarrollada en ambientes naturales conservados, siendo la motivación esencial del visitante observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.

- **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 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.

- **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)”-

- **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.

- **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.

- **Excursionista**. “Todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su domicilio habitual, por un periodo inferior a 24 horas sin incluir pernoctación en el país visitado y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado”.

- **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.

- **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.

- **Inventario turístico**. Un inventario turístico se refiere al "conjunto de atractivos naturales, bienes culturales, etnografía y realizaciones técnicas contemporáneas que forman parte del patrimonio de una nación, región o localidad que deben ser registrados, ordenados y jerarquizados para su puesta en valor". (Valencia, 2004) (Boletin-turístico.com, 2004).

- **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.

- **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.

- **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.

- **Morfología turística (**Según la forma). 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.

- **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).

- **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".

- **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.

- **Plataforma electrónica o digital de servicios turísticos**. Es aquella que permite a los turistas buscar y encontrar un servicio turístico en Su destino de viaje, contactarse con el prestador, reservar y/o pagar por el servicio. Intermedian entre el turista y el prestador de servicios y cobran una comisión, remuneración o tarifa de uso al prestador o al turista, o a ambos.

- **Prestador de servicio turístico**. Toda persona natural o jurídica domiciliada en Colombia o en el

extranjero, que, directa o indirectamente, preste, intermedie, contrate, comercialice, venda o reserve servicios turísticos. El prestador de servicios turísticos deberá inscribirse en el Registro Nacional de Turismo previamente a la prestación de servicios turísticos.

- **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.

- **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).

- **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.

- **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).

- **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.

- **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).

- **Tipología turística** (Según el tipo de motivación). 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.

- **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.

- **Turismo**. Conjunto de actividades que realizan, las personas - turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines, entre otros, de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios. (Ley 2068, 2020).

- **Turismo cultural**. Se refiere a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras

culturas y acercarse a sus identidades. Uno de sus objetivos es el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural que existen en el destino, buscando el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Sus actividades principales están relacionadas con diferentes aspectos; por ejemplo: arquitectura popular, artístico monumental, de expresiones, étnico, folklore, costumbres y tradiciones, religioso, de acontecimientos singulares, festivo, literario, gastronómico e industrial. Tales actividades pueden llevarse a cabo en zonas rurales y urbanas.

- **Turismo deportivo**. Es un tipo de actividad turística en la que el principal motivo de viaje consiste en presenciar o participar en un evento deportivo o practicar una disciplina deportiva en escenarios al aire libre o encubierto, bien sea dentro de espacios urbanos y acondicionados especialmente para tal efecto, o dentro de espacios naturales en aire, tierra o agua, según sus modalidades y/o así mismo su visita.

- **Turismo de aventura**. Viaje o excursión con el propósito específico de participar en actividades en un medioambiente natural, para explorar y vivenciar una nueva experiencia, involucrando el factor riesgo y cierto grado de destreza o esfuerzo físico asociado a desafíos personales. Entre ellas tenemos montañismo, rappel, escalada, cabalgata, espeleismo, ciclismo de montaña, y caminata.

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

- **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).

- **Turismo de naturaleza**. Es un turismo basado en visita a lugares naturales, pero no guarda el rigor de planificación y de aplicación de normativas que se definen para el concepto de Ecoturismo.

- **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 de Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones**. Es u tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, actividad, evento, conferencia o congreso, feria comercial y exposición u otro motivo profesional o de negocios. Representa un espacio de encuentro, socialización, intercambio de conocimientos, de contactos, de experiencias, entre los participantes, para hacer negocios, conocerse y compartir.

- **Turismo de salud**. Es la modalidad de turismo cuya motivación principal es la búsqueda del bienestar humano, se desarrolla en forma única en lugares que posean recursos termales, combinada con otras actividades (descanso, gastronomía). También se entiende como turismo de salud al viaje cuyo objetivo es acceder a servicios médicos que por otras razones no se encuentran en el lugar de residencia.

- **Turismo de sol y playa**. Actividad turística que consiste en el descanso acompañado de buen clima con zonas turísticas marítimas, donde los elementos esenciales son el sol, la playa y los baños de mar.

- **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 emisor**. El realizado por nacionales en el exterior.

- **Turismo grupal**. En esta modalidad los turistas disfrutan viajando en grandes números.

- **Turismo indepeniente**. 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.

- **Turismo individual**. Es el practicado de manera singular.

- **Turismo interno**. El realizado por los residentes en el territorio económico del país.

- **Turismo itinerante**. Este tipo de turismo se caracteriza por mantener una permanencia muy corta en el lugar de destino y puede estar relacionado con un tour, un paquete turístico o con un circuito.

- **Turismo 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.

- **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.

- **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.

- **Turismo residencial o de estadía**. Se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino y generalmente, está asociado al uso de sistemas de alojamiento extrahoteleros (apartamentos de lujos y condominios).

- **Turismo rural**. Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas rurales, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Es de anotar que no necesariamente vincula a los visitantes con las actividades agropecuarias, su objetivo principal es la contemplación de áreas específicas, el paisaje, la recreación y el descanso.

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

- **Turista**. Persona que realiza un viaje, que incluye una pernoctación, a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, y con cualquier finalidad principal (negocios, ocio u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Acerenza, Miguel A. (1991). Administración del turismo: conceptualización yorganización. México: Editorial Trillas.

Boullon, Roberto (1985). Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas.

Cooper, Chris. (1992). Turismo: principios y prácticas. México: EditorialDiana.

Cooper C, Flectcher J, Gilbert D., Wanhill S. 1997 Turismo: Principios yPractica. Editorial Diana

Jiménez Guzmán, Luís Fernando. (1986). Teoría Turística: un enfoqueintegral del hecho social. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	LIDA BIBIANA MORALES GIL	Instructor		20/10/2022

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor	LIDA BIBIANA MORALES GIL	Instructor		25/04/2023	Actualización