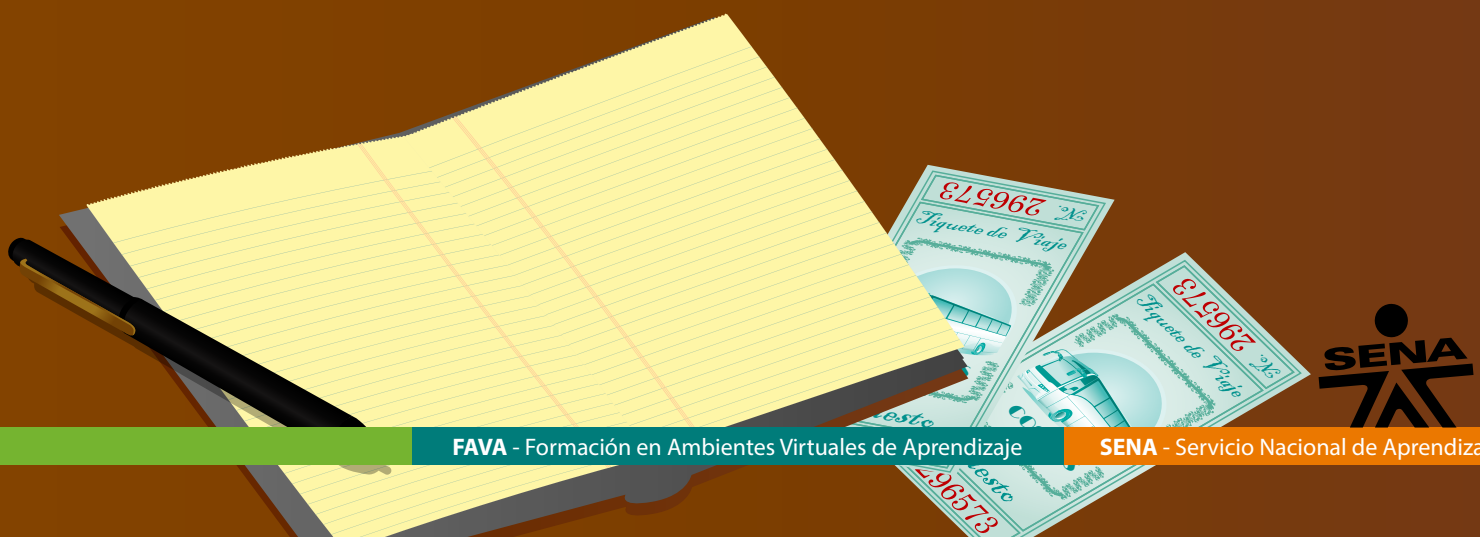
IDENTIFICACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS





INTRODUCCIÓN

El guía de turismo debe estar en la capacidad de identificar los atractivos y facilidades de la planta turística donde se va a realizar un recorrido.

Para la identificación de atractivos turísticos es necesario conocer previamente los productos turísticos ofrecidos y sus características tales como: tipos de paquetes, rutas de recorrido, estrategias de promoción, precios y segmentos de turismo a los cuales va dirigido el paquete turístico.

En este proceso de identificación, el inventario de recursos turísticos en un sitio determinado es esencial, ya que a través de este ejercicio se podrán conocer las ventajas y desventajas de los atractivos y las facilidades de un destino seleccionado.

Basándose en el resultado de este inventario turístico se debe llegar a varias conclusiones y recomendaciones, las cuales permitirán crear una serie de estrategias de cómo estructurar, planear y ejecutar un paquete turístico para un tipo de turismo determinado.



ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

Introducción 2

Mapa Conceptual. 5

1. PAQUETES TURÍSTICOS.....6

1.1 Componentes de un paquete turístico 7

1.2 Tipología turística.....8

1.3 Tour.....9

1.3.1 Tour conductor.....9

1.3.2 Tour operador.....9

1.4 Circuito turístico.....10

2. CARACTERIZACIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO LOCAL.....11

2.1 Inventario.....11

2.2 Planta turística.....12

2.3 Producto turístico.....12

3. VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....15

3.1 Criterios para la valoración del patrimonio cultural.....15

3.1.1 Criterios de calidad.....16

3.1.2 Criterios de significado.....17

3.1.3 Asignación de puntajes.....19

3.2 Criterios para la valoración de sitios naturales.....21

3.2.1 Criterios de calidad.....21

3.2.2 Criterios de significado.....22

3.2.3 Asignación de puntajes.....22

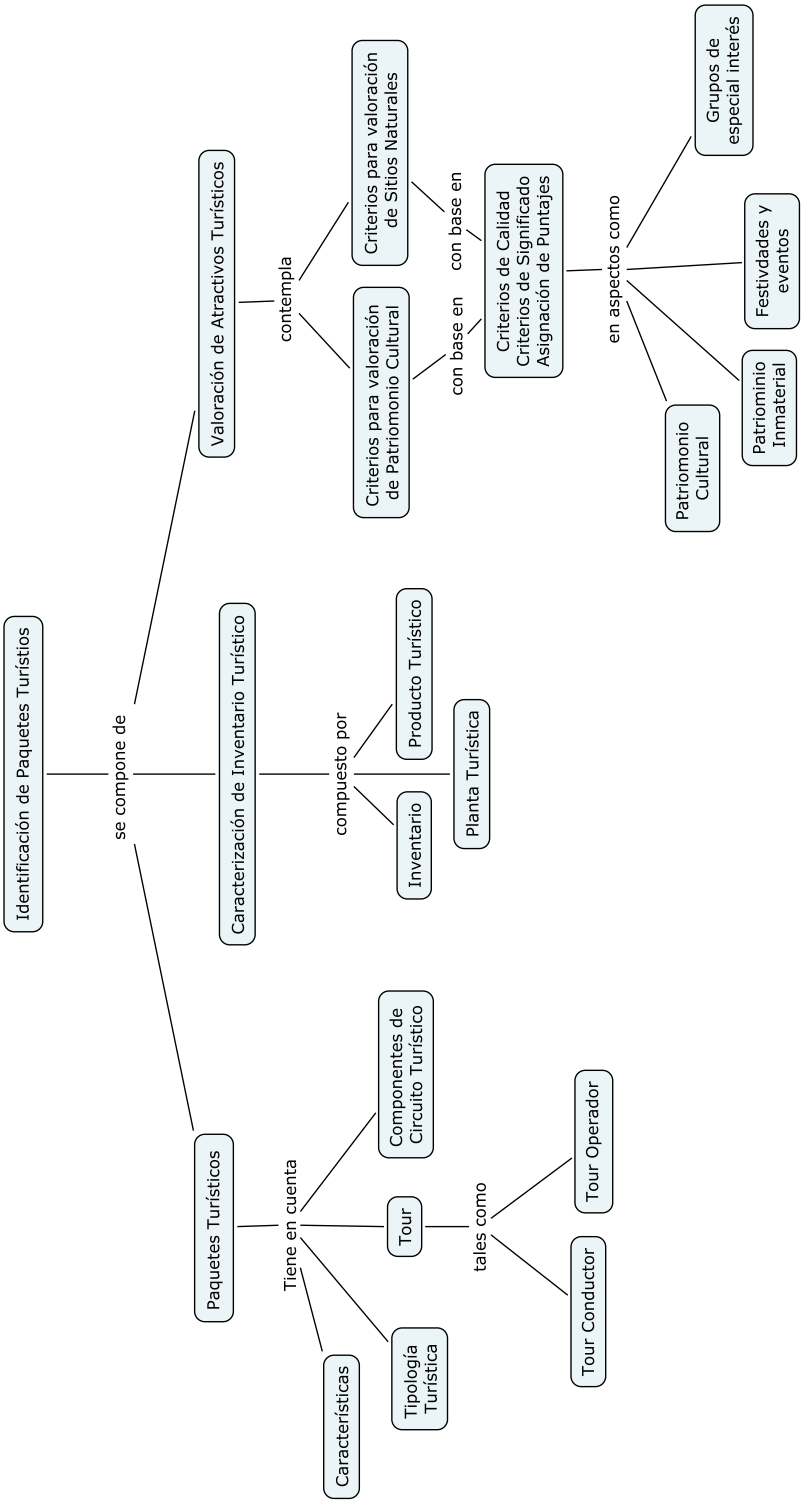
Bibliografía.....23

Glosario.....25

Control de Documentos 26

Creative Commons y Marca Registrada 26

MAPA CONCEPTUAL



1. PAQUETES TURÍSTICOS



El producto o paquete turístico es el conjunto de prestaciones materiales o inmateriales, tangibles o intangibles, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las necesidades de un turista, avocado a servicios adicionales, tales como: transporte, hospedaje, 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.

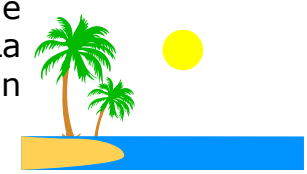
Otras definiciones:

"Autores como Serra (2002) hacen referencia a la existencia del paquete turístico como referencia importante en la historia moderna del turismo, en especial en relación con los viajes vacacionales y de ocio ofertados mayoritariamente en épocas estivales o tradicionalmente festivas. Se define como una combinación de elementos individuales del producto turístico total, comercializado bajo una denominada marca y ofrecido al consumidor a un precio único que incluye todos los distintos componentes." **(Santamaría, 2013)**

Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas áreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. (VALENCIA 2002) **(Boletin-turistico.com, 2013)**

Conjunto de bienes y servicios que se comercializan como un solo producto o marca y se vende con un precio unitario para todo el paquete. Se puede definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo. (Héctor López B.2003) **(Boletin-turistico.com, 2013)**

1.1 Componentes de un Paquete Turístico



El paquete turístico puede ser visto por un sinfín de atracciones, alojamientos y entretenimientos. La realidad de los componentes básicos que lo integran son:



- **Atractivo:** Que sea atrayente al cliente y a las necesidades que éste desee suplir, en la cual se le brinden diferentes opciones que le permitan al mismo escoger la mejor opción.

- **Facilidades:** Que brinde al cliente una serie de facilidades en tiempos, financiamientos, horarios, lugares, precios, alimentación, hospedaje u otros.



- **Acceso:** Que los lugares que se visten contengan formas de transporte accesibles al cliente.

Desde otro punto de vista los componentes normalmente se relacionan con:

- El destino
- Transportes (fecha, hora y lugares de salida y regreso)
- Alojamiento (situación, categoría, comodidad, 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

1.2 Tipología Turística

Por tipología turística, se entiende como la sistematización del conjunto de motivaciones turísticas que permiten congregar en denominadores comunes un sinnúmero de tipos y géneros de viajes. (JIMÉNEZ.86) **(Boletin-turistico.com, 2013)**

Algunos tipos de paquetes turísticos son:

- **Programas de Estancias:** Son la combinación de transporte y una estancia en un alojamiento turístico. Este tipo de paquete turístico es recomendado para vacaciones en una zona de playa donde el cliente gusta disfrutar sin horarios o visitas preestablecidas. (Estephania Bañuelos Arias , 2009)

- **Circuitos:** Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido. "Recorrido Turístico con regreso al mismo lugar sin pasar dos veces por el mismo sitio." (NOVO.77) **(Boletin-turistico.com, 2013)**

Los circuitos de acuerdo a su recorrido y medio de transporte son:

a. Circuitos Terrestres: Autobús para viaje nacional y local.

b. Circuitos Aeroterrestres: Avión para llegar al destino y autobus para el recorrido.

c. Larga Distancia: Avión para llegar al destino y transporte con guía particular.

- **Viajes Alternativos:** Oferta especial con destinos inéditos, medios de transporte y alojamientos infrecuentes, desarrollo diferente del viaje. Ejemplo viajes de aventura, montañismo, vacaciones activas.

- **Viajes a Medida:** En este caso la agencia de viajes elabora un paquete organizado de acuerdo a sus necesidades y requerimientos del turista a un precio global. **(Estephania Bañuelos Arias , 2009)**

1.3 Tour

Palabra inglesa que significa: "Realizar o ejecutar un viaje de un destino a otro regresando al lugar de origen. Visitar lugares de recreación o negocios en viajes largos o cortos en secuencia o circuito." (WEBSTER.50). **(Boletin-turistico.com, 2013)**

La definición de Tour se entiende como una visita organizada en un tiempo determinado a lugares o sitios de interés turístico dentro de una ciudad. El tour siempre está a cargo de un guía de turismo que da la información general en la visita, y en la mayoría de veces también incluye una unidad de transporte turístico.

1.3.1 Tour Conductor



Vocablo inglés. Profesional encargado de conducir un grupo de turistas durante su itinerario (Alarcón 2004) **(Boletin-turistico.com, 2013)**

Tour manager o tour conductor son los diferentes nombres con los que se le designa a la persona encargada de acompañar en todo momento a un grupo de turistas, del que es responsable , ya sea en viajes o recorridos regionales, nacionales o internacionales. Son contratados por las agencias mayoristas, con el fin de supervisar que los programas de visitas se cumplan, velar por la calidad de los servicios contratados y asistir a los turistas en cualquier requerimiento que tengan durante el viaje.

Los guías de turismo que tienen viajes terrestres cumpliendo la labor de guiado, pueden asistir a los tour conductores compartiendo o asistiéndoles en alguna de sus funciones o asumiéndolas en su totalidad en caso de que los turistas no cuenten con un tour conductor.

1.3.2 Tour Operador

Expresión inglesa para designar a la empresa que crea y/o comercializa viajes todo incluido y/o presta servicios turísticos y/o subcontrata su prestación. (ACERENZA.82)



Empresa que bajo un solo centro de decisión, abarca actividades de agencia de viajes, transporte, acogida hotelera, etc. Algunos tour operadores sólo actúan en el mercado mayorista, es decir, tienen como clientes a las agencias de viajes que son las que venden al público sus productos, agrupados o combinados en los llamados paquetes turísticos que incluyen viaje de ida y vuelta, estancia en hotel, visitas guiadas, etc. (FOJ_ CANDEL.2003) **(Boletin-turistico. com, 2013)**

1.4 Circuito Turístico

Se define como una ruta organizada por una empresa turística especializada, además de tener perfectamente definido el itinerario, incluye el alojamiento y la alimentación durante todo el recorrido, todo ello a un precio estipulado que sirve para comprar el conjunto de los servicios.

De otro lado, un circuito turístico es la suma de varios corredores que unen los servicios y productos de un destino turístico con otro(s) destino(s); para el beneficio de las zonas turísticas y para quienes disfrutan del turismo.

Elementos para la estructuración de circuitos:

Atractivos Turísticos: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.

Atracción Turística: Propiedad que tiene un centro o un lugar en virtud de sus aspectos culturales, paisajísticos o pintorescos. Los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo (porque les faltaría lo esencial y porque solo a partir de su presencia se puede pensar en construir una planta turística que permitan explotarlo comercialmente).

2. CARACTERIZACION DE INVENTARIO TURÍSTICO LOCAL



"Es importante recalcar que los inventarios de atractivos turísticos junto con otros insumos de información producidos en los procesos de planificación turística, constituyen elementos de trascendencia para la toma de decisiones en materia de turismo, tanto para el sector público como para el privado en los niveles regional y nacional.

El resultado de un inventario turístico local debe facilitar el trabajo a los actores regionales y municipales del turismo, propiciando el diálogo armónico con miras a la diversificación y consolidación de productos competitivos." **(Ministeio de Comercio, Industria y Turismo, 2013)**

2.1 Inventario Turístico

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico de una región.



Es un proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven de base para elaborar productos turísticos para una región.

Es necesario establecer diferencia entre:

- **Recurso:** Factores físicos y culturales potencialmente explotables por

el turismo.

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

2.2 Planta Turística



Está conformada por el conjunto de servicios ofrecidos a los turistas, con el fin de satisfacer sus necesidades, incluye alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios.

La Infraestructura permite el buen uso y funcionamiento de recursos turísticos y planta turística, ya que incluye las infraestructuras relativas al transporte como vías, carreteras, puertos, aeropuertos, telecomunicaciones, suministro de servicios públicos como energía, agua potable, alcantarillado, recolección de basuras, entre otros servicios. El transporte corresponde a los medios terrestres, aéreo y acuáticos disponibles en la zona turística.

Dependiendo del territorio donde se desarrolle la actividad turística, se distinguen dos categorías de turismo, 1) el turismo urbano, y 2) el turismo rural. De acuerdo a las motivaciones y actividades que se desarrollen en estos espacios se distinguen otros tipos de turismo, unos más propios del espacio urbano, otros más propios del espacio rural y finalmente otros que se practican indistintamente en un territorio u otro.

2.3 Producto Turístico

"Cárdenas (2008), un producto turístico se encuentra conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en gama muy amplia de combinaciones resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. Se puede decir así, que el producto turístico se conforma por la oferta turística de un destino, que a su vez la componen el conjunto de atractivos, bienes, servicios y facilidades capaces de atraer al visitante." (Ochoa Llamas, Conde Pérez,

& Maldonado Hinojosa, 2012)



Componentes del producto turístico

Ebrahimi (1995) propone tres componentes principales que conforman el producto turístico: las atracciones del destino, las instalaciones del destino la accesibilidad al destino.

- **Atracciones del Destino:** Están formadas por la imagen que el consumidor tiene del destino, en base a las atracciones naturales, como una playa o una cadena montañosa; y, por otro lado, las atracciones construidas por la mano del hombre, como un parque temático o un enclave arqueológico.

- **Las Instalaciones del Destino:** Que normalmente por si solas no constituyen una motivación para viajar pero cuya ausencia podría limitar el disfrute del viajero, estarían formadas por aquellas destinadas al alojamiento, alimentación y entretenimiento.

- **Accesibilidad al Destino Turístico:** Representado por el transporte, que será elegido por el turista en función de criterios de costo y tiempo.

Composición de Producto Turístico - ejemplos

Atractivos

Naturales	Montañas, planicies, costas; lagos; ríos y caídas de agua; grutas y cavernas; lugares de caza y pesca; lugares de observación de flora y fauna; caminos pintorescos, termas y parques nacionales.
Artificiales	Museos, obras de arte y técnica; lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos; manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, música y danza, artesanías y arte; comidas y bebidas típicas; grupos étnicos; explotaciones mineras, agropecuarias e industriales; centros científicos técnicos, artísticos y deportivos.
Humanos	Hospitalidad: buen trato y atenciones; orgullo por la cultura y el pueblo; precios moderados, limpieza y buena presentación.

Facilidades

Alojamiento	Hoteles, hosterías, moteles, pensiones; campings; albergues, residencias, apartamentos turísticos, colonias vacacionales, entre otros.
Alimentos y bebidas	Restaurantes, cafeterías, plazas buffet, tiendas, supermercados, almacenes de cadena, autoservicios, plazas, mercados, entre otros.
Entretenimiento y diversión	Clubes nocturnos, casinos, cines y teatros: plazas de toros, palenques, Parques de diversiones y deportivos.
Agencias de viaje	Detallistas y mayoristas.
Arrendadoras de carros	Incluye además todo el transporte turístico para city tours y excursiones.
Capacitación	A nivel básico, técnico, superior y posgrado.
Otros	Oficinas de información, servicios de guías y comercios turísticos; cambio de moneda; dotaciones para convenciones.

Accesibilidad

Marítimo	Barcos, cruceros; incluye transporte lacustre.
Terrestre	Ferrocarril, automóvil, autobús y otros.
Aéreo	Aviones estatales, de empresas privadas y avionetas particulares.

3. VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

De acuerdo con la metodología de valoración de atractivos turísticos determinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, "La valoración de los atractivos turísticos se hace teniendo en cuenta dos grandes temas: la Calidad y el Significado.

Los criterios de calidad varían de acuerdo con el atractivo turístico que se esté evaluando, hacen referencia al grado de conservación en el que se encuentre el atractivo. La calificación de la calidad representa el 70% del total del puntaje asignable y se deben valorar todos los criterios para cada atractivo.

Los criterios de significado hacen referencia al grado de reconocimiento que tiene el atractivo. Representan el 30% de la calificación. Sólo se valora con uno de los criterios (es una calificación excluyente) y se aplica un valor único." **(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.- Colombia, 2010)**

Con la aplicación de esta metodología de valoración el guía turísticos estará en la capacidad de identificar los atractivos más apropiados para diseñar n paquete turístico acorde con las necesidades del turista, partiendo del concepto de calidad y significado que cada atractivo pueda tener.

3.1 Criterios Para la Valoración del Patrimonio Cultural



De acuerdo con el instructivo de valoración de atractivos turísticos presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la república de Colombia, se toman como referentes las disposiciones, metodología y criterios para el análisis del atractivos de tipo Patrimonio Cultural, donde cobra importancia la valoración de los aspectos relacionados con la calidad, el significado del atractivo y la asignación de puntajes de acuerdo a la tabla de puntajes fijada por el Ministerio para cada tipo de bien.

3.1.1 Criterios de Calidad

Para calificar la calidad de estos bienes es importante tener en cuenta la categorización, "clasificación de los bienes y atractivos" y los criterios que se enuncian a continuación:

Patrimonio Material

- **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.

- **Representatividad:** Importancia del bien como un elemento que dio partida a un hecho histórico, social o cultural. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.- Colombia, 2010)

Patrimonio Inmaterial

- **Colectiva:** Común a un grupo humano que se siente representado en este hecho, que lo usufructúa y lo transmite.

- **Tradicional:** Se transmite de generación en generación y sus orígenes se pierden en el tiempo.

- **Anónima:** No tiene autor conocido y su origen se remonta a tiempos muy antiguos.

- **Espontánea:** Responde al modo natural, sencillo e ingenuo con que se transmite una expresión.

- ● **Popular:** Representa la cotidianidad de las masas populares.

Festividades y eventos

- **Organización del evento:** Tiene en cuenta el nivel de organización

del evento, valorando aspectos 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 a la promoción de la región, nivel de integración comunitaria en la realización del evento.

- **Beneficios económicos locales:** Aumento en 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.

Grupos de Especial Interés

- Respeto por las costumbres: Forma de conservación auténtica de su legado cultural.

3.1.2 Criterios de Significado

Este segundo grupo de criterios de valoración tiene como objetivo el poder determinar los siguientes aspectos:

- **El reconocimiento del recurso** o del atractivo turístico frente a mercados turísticos en el ámbito local, regional, nacional o internacional.

- **Cuáles de los bienes culturales o naturales son recursos y cuales atractivos.**

- **Establecer acciones de diseño y caracterización** del producto turístico del destino.

- **Determinar los mercados a los cuales puedo acceder** con acciones inmediatas de promoción y comercialización.

- **Identificar los recursos sobre los cuales puedo establecer acciones de promoción**, para que motiven desplazamientos hacia el destino donde estos se encuentran. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.- Colombia, 2010)

- **El significado local de un atractivo está determinado por** el grado de reconocimiento dentro del área municipal.

Local	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del área municipal.
Regional	Grado de reconocimiento del atractivo en un área de uno o más departamentos.
Nacional	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del país.

También hay que tener en cuenta las percepciones afectivas dadas su importancia local, determinados por el conocimiento que del sitio tengan los mercados turísticos de acuerdo a las siguientes fuentes:

- Guías turísticas nacionales o internacionales virtuales e impresas.
- Paquetes turísticos diseñados y operados por agencias de viajes operadoras locales, regionales y nacionales.
- Revistas especializadas en turismo del orden regional, nacional o internacional virtuales o impresas.
- Paródicos regionales, nacionales y sus secciones de turismo.

3.1.3 Asignación de Puntajes

Patrimonio material

	Critero	Puntaje
Calidad	Estado de conservación	21
	Constitución del bien	21
	Representatividad	28
	Total máximo	70
Significado	local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total máximo	30

Patrimonio inmaterial

	Critero	Puntaje
Calidad	Colectivo	14
	Tradicional	14
	Anónimo	14
	Espontaneo	14
	Popular	14
	Total máximo	70
Significado	local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total máximo	30

Festividades y eventos

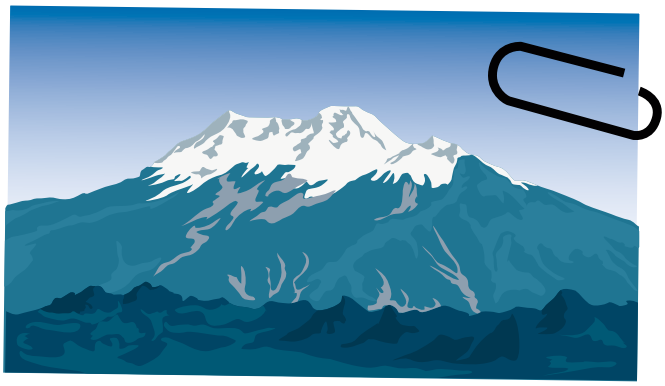
	Critero	Puntaje
Calidad	Organización del evento	30
	Beneficios socioculturales	20
	Beneficios económicos locales	20
	Total máximo	70
Significado	local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total máximo	30

Grupo de especial interés

	Critero	Puntaje
Calidad	Respeto por las costumbres	70
	Total máximo	70
Significado	local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	Total máximo	30

(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.- Colombia, 2010)

3.2 Criterios para la Valoración de Sitios Naturales



La valoración de Sitios Naturales se realiza con base en el instructivo de valoración de atractivos turísticos presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la república de Colombia, del cual se toman como referentes las disposiciones, metodología y criterios relacionados con la calidad, el significado del atractivo natural y la asignación de puntajes de acuerdo a la tabla de puntajes fijada por el Ministerio.

3.2.1 Criterios de Calidad

Tiene en cuenta el estado de conservación del atractivo a nivel ambiental, es decir la escasa o nula presencia de deterioro, ocasionados por contaminantes primarios como residuos de petróleo, detergentes, plásticos, latas y contaminantes secundarios como ruidos, olores desagradables y obstrucción visual.

Criterios para evaluar la calidad de los sitios naturales

- Sin contaminación del aire
- Sin contaminación del agua
- Sin contaminación visual
- Sin contaminación sonora
- Estado de conservación
- Diversidad
- Singularidad

3.2.2 Criterios de Significado

Local	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del área municipal.
Regional	Grado de reconocimiento del atractivo en un área de uno o más departamentos.
Nacional	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del país.

3.2.3 Asignación de Puntajes

	Critero	Puntaje
Calidad	Sin contaminación del aire	**21**
	Sin contaminación del agua	**21**
	Sin contaminación visual	**28**
	Sin contaminación sonora	**70**
	Total máximo	**70**
Significado	Estado de conservación	**6**
	Diversidad	**12**
	Singularidad	**18**
	Total máximo	**30**

(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.- Colombia, 2010)

El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo, particular mente enriquecedora y valorizadoras, siempre que se respeten el patrimonio natural, la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos. **(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.- Colombia, 2010)**

BIBLIOGRAFÍA

Boletin-turistico.com. (2013). boletin-turistico.com. (j. valencia, Productor) Recuperado el 26 de 10 de 2012, de boletin-turistico.com: http://www.boletin-turistico.com

Estephania Bañuelos Arias . (19 de junio de 2009). www.slideshare.net. Recuperado el 31 de octubre de 2012, de www.slideshare.net: www.slideshare.net

Fonde de atencion y prevencion de emergencias FOPAE. (s.f.). Recuperado el 12 de octubre de 2012, de www.fopae.gov.co

Ministeio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). mincomercio.gov.co. Obtenido de mincomercio.gov.co: https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16387

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.- Colombia. (10 de Enero de 2010). mincomercio.gov.co. Recuperado el 31 de octubre de 2012, de METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS: https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16387

Ochoa Llamas, I., Conde Pérez, E. M., & Maldonado Hinojosa, E. (Junio / Julio de 2012). eumed.net - TURyDES. TURyDES - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, Volumen 5, No. 12. Obtenido de VALORACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO: http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html

Santamaría, P. P. (4 de Marzo de 2013). Welton.es. Obtenido de Welton.es: http://www.welton.es/El_Producto_Turistico.pdf

Sistema de información para la gestión de riesgos y atención de emergencias. (s.f.). www.sire.gov.co. Recuperado el 16 de octubre de 2012, de www.sire.gov.co

GLOSARIO

Circuitos: recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido. "Recorrido Turístico con regreso al mismo lugar sin pasar dos veces por el mismo sitio."

Viajes Alternativos: Oferta especial con destinos inéditos, medios de transporte y alojamientos infrecuentes, desarrollo diferente del viaje. Ejemplo viajes de aventura, montañismo, vacaciones activas.

Viajes a Medida: En este caso la agencia de viajes elabora un paquete organizado de acuerdo a sus necesidades y requerimientos del turista a un precio global.

Circuito Turístico: Se define como una ruta organizada por una empresa turística especializada, además de tener perfectamente definido el itinerario, incluye el alojamiento y la alimentación durante todo el recorrido, todo ello a un precio estipulado que sirve para comprar el conjunto de los servicios.

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

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

Control de documento Construcción Objeto de Aprendizaje Identificación de Paquetes Turísticos	
Desarrollador de contenido Experto temático	Gualberto Benitez Villadiego
Asesor pedagógico	Rosa Elvia Quintero Guasca
Producción Multimedia	Manuel Francisco Silva Barrera Victor Hugo Tabares Carreño
Programador	Francisco José Lizcano Reyes
Líder expertos temáticos	José Armando Díaz Londoño
Líder línea de producción	Santiago Lozada Garcés

Atribución, no comercial, compartir igual

Este material puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.

Creative Commons