



GUÍA DE CONTENIDOS Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ENTIDAD	Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo - IMCTT
---------	---

ÁREA	Subdirección De Turismo	PROGRAMA	➤ Escuela de Guías ➤ Colegios Amigos de Turismo - CAT
------	-------------------------	----------	---

MÓDULO	01
NOMBRE DEL MÓDULO	Fundamentos del Turismo
BREVE DESCRIPCIÓN	Este módulo permite que los participantes de cada uno de los programas establezcan de manera clara el contexto de la actividad o sector del turismo, su importancia y los conceptos claves más relevantes para generar una conciencia y sensibilización acerca de la oportunidad de involucrarse directamente en la actividad del turismo en el territorio o municipio, mediante el conocimiento del comportamiento del turismo en el país, los tipos de turismo, las dimensiones e impactos del turismo sostenible y las habilidades necesarias para participar activamente en el sector turístico del municipio.
PALABRAS CLAVE	Turismo, sistema turístico, tipos de turismo, turismo sostenible, impactos del turismo.

DURACIÓN	8 horas (4 semanas) – 4 sesiones
OBJETIVOS	• Comprender la importancia del turismo en la economía mundial y su valor para el desarrollo económico y la generación de empleo. • Conocer los diferentes tipos de turismo y motivaciones de viaje.

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, Km 1 Vía, La Punta
 www.tenjoculturayturismo.gov.co
 300 727 4898 / 300 727 8700



ALCALDÍA DE
TENJO



	• Identificar las principales aportaciones e impactos del turismo en el territorio. • Reconocer las habilidades necesarias para participar en las actividades turísticas.
--	---

A. TABLA DE CONTENIDOS:

Introducción

1. Semana 1. Introducción al turismo

- 1.1. Actividad de reflexión inicial
- 1.2. Conceptos claves y beneficios del turismo
- 1.3. El turismo como actividad económica
- 1.4. El sistema turístico
- 1.5. Actividad didáctica - Crucigrama

2. Semana 2. Aprovechamiento y uso del tiempo libre – Tipos de turismo

- 2.1. Actividad de reflexión inicial
- 2.2. Uso del tiempo libre y motivos de viaje
- 2.3. Clasificación y tipologías de turismo
- 2.4. Actividad didáctica – Juego de roles

3. Semana 3. El turismo en Colombia – Impacto económico, sociocultural y ambiental

- 3.1. Actividad de reflexión inicial
- 3.2. Características e importancia del turismo en Colombia
- 3.3. Desarrollo sostenible del turismo - Impactos del turismo
- 3.4. Actividad didáctica – Juego El Ahorcado

4. Semana 4. Competencias y habilidades para el turismo

- 4.1. Actividad de reflexión inicial





- 4.2. Contexto e importancia del talento humano en el turismo
- 4.3. Competencias y habilidades generales y específicas para el turismo
- 4.4. El proceso de la comunicación
- 4.5. Actividad didáctica – Ejemplificando la atención de un turista en mi territorio

B. INTRODUCCIÓN

Viajar y conocer diferentes lugares es una actividad que cada vez motiva más a las personas, les permite tener diversas experiencias, conocer la historia, la cultura, los animales, los paisajes y las comunidades. El mundo está más conectado y es más fácil viajar, los costos de viajar o desplazarse pueden disminuir y se ofrecen más alternativas de alojamiento. El turismo dinamiza las economías locales gracias al dinero que gastan los visitantes durante su viaje y las inversiones necesarias para el desarrollo de la actividad.

En el sector económico de la industria turística se llevan a cabo actividades de servicio para satisfacer las expectativas, gustos, preferencias y necesidades que tienen las personas cuando se desplazan a lugares diferentes al de su residencia por múltiples motivos o razones. Esta guía de estudio constituye un referente básico acerca de los conceptos y aspectos principales para comprender el funcionamiento de la actividad turística en cualquier economía, su importancia para el desarrollo de las regiones y territorios, y el aporte de esta industria al crecimiento de los ingresos necesarios para que las personas y comunidades que se dedican a los servicios turísticos, alcancen mejores resultados y un mayor desempeño para satisfacer a los turistas quienes reciben sus productos y servicios en el lugar de destino durante su estadía.

C. DESARROLLO DE CONTENIDOS:

1. Semana 1 – Introducción al turismo

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, Km 1 Vía, La Punta
 www.tenjoculturayturismo.gov.co
 300 727 4898 / 300 727 8700



ALCALDÍA DE
TENJO



1.1. Actividad o ejercicio de reflexión inicial – Quién soy y cómo me relaciono con el turismo.

El turismo es una actividad que compromete e involucra no solo a las empresas del sector, sino también a los turistas y a la sociedad o comunidad en general. Hacer posible la actividad turística implica la exploración, el descubrimiento y el reconocimiento de nuestra identidad, de lo que somos, de lo que queremos ser y de lo que debemos hacer para que nos sintamos orgullosos de pertenecer a nuestro territorio y así consolidarlo como destino turístico.

Teniendo en cuenta lo anterior y de manera individual, responda las siguientes preguntas:

- ¿Quién soy y en donde vivo?
- ¿Qué actividades realizo en mi tiempo libre?
- ¿A dónde voy cuando quiero descansar?
- ¿A dónde he viajado y por qué motivos?
- ¿A dónde me gustaría viajar y por qué?

Socialice o cuente sus respuestas a las anteriores preguntas al grupo de participantes presentes en la sesión.

1.2. Conceptos claves y beneficios del turismo

Turismo: 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, de negocios o profesionales (OMT, 1997).

Viajero: Es cualquier persona que viaje entre dos o más países distintos (*viajero internacional*), o entre dos o más lugares diferentes dentro de su país de residencia habitual (*viajero interno*) (OMT, 1995).



Visitante: Todos los tipos de viajeros que se relacionan con el turismo se denominan visitantes. Un visitante es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por un período de tiempo no superior a doce meses, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar de la visita (OMT, 1995).

Turista: Visitante que permanece una noche por lo menos en un alojamiento colectivo o individual en el lugar visitado (OMT, 1995).

Excursionista: Visitantes que no pernoctan o no duermen en un alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado (OMT, 1995).

Planificación turística: Es necesario tener en cuenta los riesgos asociados a la actividad (como deterioro ambiental, fricciones con la población local y precariedad en las condiciones laborales, entre otros). Por esto, se debe incorporar la planificación turística como herramienta relevante de gestión en los territorios o destinos.

Beneficios del turismo: Los principales beneficios del turismo se concentran en tres aspectos:

- **Desarrollo:** Construye territorios prósperos, genera empleo, atrae inversiones a los diferentes destinos, promociona la creación de nuevas empresas y fomenta el desarrollo de infraestructura.
- **Equidad:** Produce mayor redistribución de los ingresos con respecto a otros sectores, genera más trabajos con menos capital invertido y promueve una mejor calidad de vida de las personas, siempre y cuando se haga de manera sostenible.



- **Educación:** Difunde, promueve y comunica historia, valores paisajísticos y estéticos; favorece el conocimiento; propicia el intercambio cultural; y afianza los valores propios y la conservación de los recursos naturales y culturales.

1.3. El turismo como actividad económica

Por su crecimiento, capacidad de generar empleo, mejorar la calidad de vida, promover la conservación del ambiente y del patrimonio, el turismo se identifica como un motor económico y una herramienta de desarrollo para los territorios.

La industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo.

En este sentido, el turismo se ha considerado generalmente como una *exportación* de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida de los visitantes), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas (moneda extranjera) que ayudan a equilibrar las finanzas de un país, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Así, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía debido a su elevada aportación a la generación de riqueza en la región receptora.

La Importancia del turismo radica en el beneficio económico que puede dejar para la región donde se lleva a cabo. El turismo es un factor determinante del desarrollo económico que estimula directa o indirectamente otros sectores productivos y que además es un multiplicador del gasto y un redistribuidor del ingreso.

El turista en su desplazamiento aporta a la comunidad anfitriona unos bienes económicos que le permite gozar y utilizar diferentes servicios, con el fin de obtener experiencias y satisfacción de sus necesidades. Los bienes económicos del turista se expresan en



dinero, el cual es el agente de cambio para la obtención de particulares bienes, denominados servicios turísticos.

1.4. El sistema turístico

Un sistema es un conjunto de elementos relacionados entre sí, que evolucionan en forma dinámica.

El turismo se caracteriza por ser el resultado de varias relaciones entre diferentes factores que se deben analizar conjuntamente, dado que interactúan en forma dinámica, motivo por el cual se plantea su visión como sistema. El sistema turístico está integrado por cuatro elementos: espacio geográfico, demanda, oferta y operadores del mercado (Sancho, 1998).

El espacio geográfico. Corresponde al lugar físico donde se encuentran la oferta y la demanda, y la población residente.

La demanda. Está conformada por el conjunto de consumidores, o posibles consumidores, de bienes y servicios turísticos.

La oferta. Está constituida por el conjunto de productos, servicios y empresas involucradas activamente en la experiencia turística.

Los operadores del mercado. Son las empresas y organismos que facilitan la interrelación entre oferta y demanda, como agencias de viajes, empresas de transporte, y organismos públicos y privados.

Este sistema turístico se desarrolla e interactúa en cinco dimensiones:



- **Dimensión social.** Se refiere a la relación de los grupos sociales con el turismo y su evolución. Asimismo, se ocupa de las perspectivas de los diferentes actores sociales, y de aquellas entre residentes y visitantes. También se refiere a las motivaciones personales para viajar, entre las que se incluyen el descanso, la búsqueda de conocimiento y el interés por algún asunto en particular, como lo pueden ser el deporte o la salud.
- **Dimensión cultural.** Contempla temas relacionados con el desarrollo y el cuidado del patrimonio, representado en diversas obras y tradiciones regionales y locales, así como la afirmación y el rescate de la identidad, y el uso del tiempo libre.
- **Dimensión económica.** Incluye el equipamiento técnico y económico para facilitar la actividad turística. Este aspecto comprende transporte, hospedaje, alimentación y todo lo necesario para cumplir con los propósitos del viaje. Contiene también los temas relacionados con la generación de ingresos y empleo, los recursos para el sector público, las inversiones, la modernización de infraestructuras y el impulso a otras actividades productivas.
- **Dimensión ambiental.** Aborda aspectos relacionados con lugares de interés para los viajeros, que se convierten en atractivos por sus recursos naturales y su riqueza de fauna y flora; el efecto de las acciones humanas en los ecosistemas y cómo el turismo puede motivar la conservación. Esta dimensión debe tener en cuenta el impacto sobre el medio ambiente y la cultura local.
- **Dimensión política.** Trata aspectos relacionados con la sensibilidad del sector y el contexto político, así como también los temas de regulación, políticas y estructuras institucionales.

1.5. Actividad didáctica - Crucigrama



Evaluemos lo aprendido

Complete el crucigrama



VERTICAL

1. Dimensión que abarca temas como la generación de empleo y las empresas que prestan servicio al turista.
3. Dimensión que se refiere a temas de regulación, políticas y estructura institucional.
5. Dimensión que analiza el impacto de las acciones de las personas sobre la naturaleza.
6. Dimensión que considera la relación entre residentes y visitantes, así como los motivos por los cuales las personas viajan.
7. Empresas que facilitan la interrelación entre oferta y demanda.

HORIZONTAL

2. Conjunto de productos, servicios y organizaciones que forman parte de la experiencia turística.
4. Dimensión que considera el cuidado del patrimonio cultural.
8. Actividad necesaria para prevenir los riesgos asociados al turismo.
9. Conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes o servicios turísticos.
10. Movimiento de personas fuera de sus lugares de residencia habitual por motivos personales o profesionales.

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, Km 1 Vía, La Punta

www.tenjoculturayturismo.gov.co

300 727 4898 / 300 727 8700



Fuente: Cartilla ABC del Turismo

Ver Anexo 1: Crucigrama

2. Semana 2. Aprovechamiento y uso del tiempo libre – Tipos de turismo

2.1. Actividad o ejercicio de reflexión inicial – Identificando las actividades turísticas del territorio o municipio

El turismo permite aprovechar el tiempo libre como un motor clave para el desarrollo social, económico y cultural. La actividad turística contribuye al aprovechamiento del tiempo libre, revaloriza la identidad cultural de las comunidades y fomenta el desarrollo integral de las personas. El turismo como fuente de aprovechamiento del tiempo libre permite:

- ❖ La ejecución de un derecho social y económico que contribuye al desarrollo de las personas y territorios.
- ❖ Que las personas puedan disfrutar de sus vacaciones, recreación y descanso, mejorando su bienestar y calidad de vida.
- ❖ Facilitar el acceso a actividades recreativas y de esparcimiento para todos, incluyendo a aquellos con menores posibilidades de acceder a estas actividades.
- ❖ Promover el desarrollo integral de las personas, contribuyendo a su formación ciudadana, a la sana competencia y al respeto por el medio ambiente y la cultura.

Teniendo en cuenta lo anterior y en grupos de 2 o 3 personas, responda las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las actividades que realizan los visitantes que llegan al municipio o a la región?
- ¿A qué van los visitantes que llegan al municipio?

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, **Km 1 Vía, La Punta**
www.tenjoculturayturismo.gov.co
300 727 4898 / 300 727 8700



ALCALDÍA DE
TENJO



- ¿Cuáles son las principales razones o motivos que tienen los visitantes para realizar dichas actividades en el municipio?

Realice un listado de las principales actividades que hacen los turistas cuando visitan su municipio. Socialice o exponga sus respuestas a las anteriores preguntas y el listado de actividades turísticas del municipio al grupo de participantes presentes en la sesión.

2.2. Uso del tiempo libre y motivos de viaje

Turismo y derecho al descanso

El turismo está asociado con los derechos al trabajo, al descanso y al ocio. Es así como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en su artículo 24 plantea: “Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas” (Naciones Unidas, 1948). Asimismo, la Constitución Política de Colombia reconoce este derecho en el artículo 53.

Turismo sin exclusiones

Es importante desarrollar el turismo en forma incluyente, mejorando la accesibilidad y protegiendo los derechos de todos los ciudadanos, independientemente de su condición social o económica.

El desarrollo de nuevas tecnologías, las facilidades y las reducciones de costos para realizar desplazamientos y la mayor preocupación sobre los impactos de nuestras actividades en el ambiente, entre otros factores, han transformado las formas y motivaciones de viaje y de hacer turismo en las últimas décadas.

- ✓ **Cambios tecnológicos.** La tecnología ha transformado el funcionamiento del sector turístico y el comportamiento de los viajeros, creando herramientas que facilitan el acceso a la información, la toma de decisiones, y la compra y gestión de viajes, entre otros aspectos.

- ✓ **Consumidores más cualificados.** Nos encontramos frente a consumidores que están más informados, poseen experiencia, se guían por nuevas prioridades, buscan nuevas experiencias, personalización y calidad en los servicios.
- ✓ **Demanda variada y diversa.** La demanda turística cuenta con más elementos en el momento de elegir una opción de viaje y busca flexibilidad para encajar sus tiempos y deseos (Crosby, 1996). Esto tiene como resultado que nos enfrentamos a una demanda heterogénea con motivaciones más complejas.
- ✓ **Tendencias que marcan la demanda turística.** Algunos cambios demográficos en el ámbito mundial son tendencias que van marcando las características de la demanda.
- ✓ **Turismo para todos.** Busca promover la accesibilidad para que los productos puedan ser disfrutados por cualquier persona con o sin discapacidad.

2.3. Clasificación y tipologías de turismo

De acuerdo con la procedencia de los visitantes y si se trata de turistas o excursionistas se han establecido las siguientes formas generales de clasificar el turismo:

Turismo doméstico. Se refiere a los residentes (nacionales o extranjeros) que visitan su propio país. Este tipo de turismo incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia (OMT, 2005-2007). Ejemplo: un ciudadano colombiano que vive en Bogotá y viaja a Cartagena para disfrutar de sus vacaciones.

Turismo receptivo. Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia (OMT, 2005-2007). Ejemplo: un estadounidense, no residente en Colombia, que visita nuestro país.

Turismo emisor. Son residentes del propio país que se dirigen hacia otros países (Sancho, 1998, p. 51). Ejemplo: un colombiano que vive en Colombia y viaja a México.



Tipos de turismo

De acuerdo con las motivaciones o razones de viaje de las personas, existen las siguientes tipologías de turismo:

1. **Turismo de Naturaleza.** Es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y natural, con una actitud responsable para proteger la integridad del ecosistema, la flora y fauna y fomentar el bienestar y contacto con la comunidad local. Incluye el ecoturismo, agroturismo, turismo rural, turismo de aventura y aviturismo.
2. **Turismo Cultural.** Es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. Incluye turismo gastronómico, religioso, arqueológico, histórico y etnoturismo. También se incluye en esta categoría el turismo de ferias, fiestas tradicionales, carnavales y festivales propios de cada región o territorio.
3. **Turismo de descanso Sol y Playa.** Se refiere a actividades turísticas que tienen su principal atractivo en zonas costeras en el mar, para actividades como la natación, el surf, tomar el sol y otras de ocio, recreo y deportes que tienen lugar a orillas de un mar. La proximidad a la costa es también una condición para los servicios e instalaciones que dan apoyo al turismo de Sol y Playa e incluye los cruceros, la navegación en yates o barcos y los deportes náuticos, con sus respectivos servicios e infraestructuras en tierra.



4. **Turismo de Salud y Bienestar.** Contempla aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad. Engloba el turismo de bienestar y el turismo médico, con actividades turísticas que aspiran a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual. La motivación primordial del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, la alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos y que implica la utilización de recursos y servicios de curación médica (tanto invasivos como no invasivos) con base empírica. Puede incluir el diagnóstico, el tratamiento, la cura, la prevención y la rehabilitación.
5. **Turismo de negocios y reuniones.** Es un 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, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias. El término *industria de reuniones*, en el contexto del turismo de negocios, reconoce la naturaleza industrial de esas actividades. El turismo de negocios puede combinarse con cualquier otro tipo de turismo durante el mismo viaje. También se reconoce como turismo MICE por la sigla en inglés de Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (reuniones, incentivos, conferencias y eventos).
6. **Turismo Deportivo.** Es un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.
7. **Turismo Científico.** Este tipo de turismo puede entenderse como la actividad que un viajero quiere tener para vivir una experiencia que genere conocimiento.



Para esto es clave identificar los actores locales, sus intereses, capacidades y expectativas, y luego definir unas condiciones adecuadas para hacer un aporte a la ciencia. De acuerdo con Minciencias Colombia tiene un enorme potencial para desarrollar el turismo científico de naturaleza, el cual se centra en el descubrimiento del territorio, en gran parte desconocido y con ecosistemas, modos de vida y un patrimonio (cultural y natural) todavía por investigar, como estrategia innovadora para especializar y diferenciar a Colombia como destino turístico.

2.4. Actividad didáctica – Juego de roles

Un "juego de roles" (también conocido como "role playing" o "RPG") es una actividad donde los participantes asumen el papel de personajes imaginarios y desarrollan una narrativa a través de la interacción y la improvisación. En esencia, es una simulación de la vida real donde se exploran diferentes roles y situaciones.

De acuerdo con el anterior concepto en grupos de trabajo de máximo 4 personas, seleccione un tipo de turismo y realice un juego de roles por medio del cual presente de manera simulada las características del tipo de turismo elegido. Cada integrante debe asumir un rol, papel o personaje en el juego y preparar una conversación o guion apropiado y relacionado con el tipo de turismo, aplique su creatividad e incluya una escenografía o ambientación adecuada para caracterizar la actividad turística seleccionada.

3. Semana 3. El turismo en Colombia – Impacto económico, sociocultural y ambiental

3.1. Actividad o ejercicio de reflexión inicial – Los lugares turísticos de Colombia que identifico y conozco





Teniendo en cuenta su conocimiento y experiencias de viaje por diferentes lugares de Colombia, en grupos de 2 o 3 personas responda las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las principales regiones, departamentos, ciudades, municipios o lugares de Colombia, que considera como destinos turísticos importantes?
- ¿Cuáles son las actividades turísticas o temáticas predominantes que se llevan a cabo en cada uno de los destinos identificados?
- De acuerdo con la respuesta anterior, ¿Con qué tipos de turismo se relacionan cada uno de los destinos o lugares turísticos establecidos?

Realice un listado de los destinos turísticos más importantes de nuestro país, indicando las respuestas a las anteriores preguntas para cada uno de ellos. Socialice, presente y comparta el ejercicio con el grupo de participantes presentes en la sesión para complementar la lista de destinos importantes de turismo en Colombia.

3.2. Características e importancia del turismo en Colombia

Colombia goza de reconocimiento mundial como un país que ha tenido la capacidad de superar circunstancias difíciles y adversas, en especial en los temas de seguridad y también se ha propuesto llevar el turismo a un punto importante de desarrollo.

Algunos aspectos y cifras importantes del turismo en Colombia:

Fuente de divisas. El turismo es un sector generador de divisas, lo que significa que es una importante fuente de monedas extranjeras para el país (dólares y euros, entre otros), a la par de productos tradicionales como el café, las flores y el banano.

Importante receptor de inversión extranjera. El país ha logrado posicionarse en el mapa del turismo mundial por factores como el desarrollo de infraestructura, su esfuerzo en promoción internacional, y la calidad y la diversidad de sus productos. La inversión



extranjera directa en comercio, restaurantes y hoteles registró ingresos al país por USD 1,7 millones en 2023, con un crecimiento del 11 % respecto al año 2022 (Mincit, 2024). Estos avances han repercutido en la economía del país y en mejorar la calidad de vida para comunidades locales.

Participación en la economía colombiana. En el año 2024 el sector turismo afianzó y aumentó su aporte en la economía, de acuerdo con los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo 2023, consolidados recientemente por el Dane. El valor agregado del turismo en el año 2023 fue de \$33,2 billones, la cifra más alta desde que existe la medición de este indicador, en 2015. Esto representa un aumento del 12,8 % respecto a 2022 y del 31,4 % respecto a 2019. La participación del turismo en el valor agregado en 2023 alcanzó el 2,3 %, creciendo 0,2 puntos porcentuales respecto a 2022, y esto le permitió ascender al pasar de la undécima a la novena posición, en el listado de sectores que más aportan al valor agregado nacional. El turismo es el sector económico alternativo al cual los colombianos le están apostando, por ser una fuente de ingresos que contribuye a la justicia económica de las comunidades, la protección de la naturaleza, la memoria y la construcción de una cultura de paz (Mincit, 2024).

Número de personas ocupadas en actividades turísticas durante 2023. Un total de 872.527 ciudadanos se ocuparon en el turismo, la cifra más alta desde la medición de este indicador (2021). Esta, además, representa un aumento de 23 % respecto a 2022 y una participación de 3,8 % respecto al total de ocupados en el país durante 2023 (Mincit, 2024).



Tabla 1. Población ocupada en actividades turísticas (2022 – 2023)

Actividad	2022 ^p	2023 ^p
Alojamiento y servicios de comida y bebidas	419.195	529.219
Transporte de pasajeros	96.730	118.581
Agencias de viajes y otros servicios de reserva	36.963	37.260
Servicios culturales, deportivos y recreativos	130.467	158.609
Otros servicios turísticos**	25.908	28.859
Total ocupados	709.263	872.527

Fuente. DANE (2024)

Turismo: oportunidad para el desarrollo en Colombia

En el país el turismo representa una oportunidad para la construcción de equidad y se identifica como un sector capaz de transformar los territorios y articularlos al desarrollo nacional. “El empoderamiento y la implicación de las comunidades, la creación de capacidad y la formación y las asociaciones entre los sectores público y privado son factores clave para promover, a través del turismo, una cultura de paz en las sociedades que han salido de un conflicto” (OMT, 2016).

País megadiverso. Nuestro país es megadiverso cultural y ambientalmente, y en biodiversidad ocupa el segundo puesto en el contexto mundial.

Potencial para explorar. Su diversidad de ecosistemas, climas y culturas, lo convierte en un territorio con un gran potencial para explorar.



Amplio abanico de oportunidades. En la actualidad con el esfuerzo institucional que se hace por nuevos destinos y preparar a la población en diferentes zonas del país, Colombia presenta un abanico de posibilidades para el desarrollo de nuevos proyectos turísticos.

Conservación de los ecosistemas. La riqueza de Colombia en fauna y flora es uno de los principales activos de las empresas del sector turístico que consolidan sus negocios basados en la idea de promover el cuidado de la naturaleza. De esta manera, además de ofrecer al turista la opción de conocer y observar flores y animales que no podrían ver en otros lugares, las comunidades encuentran en el turismo una fuente de empleo y contribuyen a la conservación de sus ecosistemas (Procolombia, 2017).

3.3. Desarrollo sostenible del turismo – Impactos del turismo

Turismo sostenible

El turismo sostenible es aquel que cubre las necesidades actuales de los turistas y de las regiones de acogida, protegiendo y mejorando las perspectivas de futuro. Proyecta una imagen de integración sobre la gestión de todos los recursos, de modo que queden cubiertas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas vivos (OMT citado por Comisión Europea, 2013).

Dimensiones del desarrollo sostenible del turismo

Los principios de la sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo del turismo, debiéndose establecer un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Las





directrices de desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión son aplicables a las diferentes formas de turismo en todos los tipos de destinos (OMT, 2005).

- ✚ **Dimensión Ambiental.** Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales, y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- ✚ **Dimensión Económica.** Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los interesados unos beneficios socioculturales bien distribuidos, entre los que se hallen las oportunidades de empleo estable y la obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, a la vez que contribuyan a la reducción de la pobreza.
- ✚ **Dimensión Sociocultural.** Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural, arquitectónico y vivo, y sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.

Impactos del turismo

El turismo, como fenómeno dinámico y en constante transformación de la realidad local, regional, nacional e internacional tiene repercusiones en la sociedad que lo aloja y en la región de destino. Por ello, exige un proceso continuado de planificación y participación informada de todos los interesados para el seguimiento de sus impactos y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Un impacto es cualquier cambio en el entorno, ya sea nocivo o benéfico, que surge como resultado total o parcial de las actividades, los productos o los servicios y que puede afectar los aspectos ambientales, socioculturales y económicos del destino.

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, Km 1 Vía, La Punta
www.tenjoculturayturismo.gov.co
300 727 4898 / 300 727 8700



ALCALDÍA DE
TENJO



Es así como es necesaria la puesta en marcha oportuna de medidas preventivas o correctivas y la construcción de consensos para su mejora, protección y preservación, basados en los principios del turismo sostenible. Por estos motivos es importante conocer los impactos del turismo, los cuales por sus diferentes dimensiones pueden ser:

Los impactos económicos del turismo consisten en los beneficios y costos económicos generados por el desarrollo de esta actividad. La cadena de impactos muestra cómo a partir del desarrollo del turismo potencialmente se puede generar:

- ✚ La demanda o compra de bienes y servicios
- ✚ Un desarrollo de infraestructura (vías de acceso, servicios públicos, servicios de apoyo) y superestructura (entidades de apoyo públicas y privadas)
- ✚ Dinamización de la inversión
- ✚ Generación de empleos tanto en la actividad turística como en otras actividades vinculadas a ella

Los impactos socioculturales son consecuencias de las relaciones sociales que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos depende en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes y pueden afectar a variables tales como:

- ✚ Formas de vida
- ✚ Comportamiento individual y social
- ✚ Sistema de valores y principios
- ✚ Cultura tradicional
- ✚ Conducta moral y política
- ✚ Niveles de seguridad

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, Km 1 Vía, La Punta
www.tenjoculturayturismo.gov.co
300 727 4898 / 300 727 8700



ALCALDÍA DE
TENJO



Los impactos ambientales surgen de la necesidad de mantener un entorno ambiental no deteriorado como una respuesta al desarrollo turístico espontáneo, desordenado y sin ninguna consideración hacia la preservación del medio ambiente natural en términos de conservación y mejoramiento, lo cual genera una mirada crítica a la actividad turística, ocasionando preocupaciones para salvaguardar el territorio y la naturaleza en aquellas zonas saturadas de turistas que requieren importante conciencia y pretensiones ambientales y de conservación.

3.4 Actividad didáctica – Juego El Ahorcado

El Ahorcado es un juego de palabras en el que un facilitador piensa unas palabras y otro intenta identificarla, letra por letra. Por cada letra incorrecta, se dibuja una parte de la figura del ahorcado. El objetivo es identificar la palabra a partir de su significado o pistas, antes de que se complete la figura y el jugador (o grupo) sea ahorcado.

Cómo se juega:

1. **El facilitador propone las palabras:**

Decide y propone tantas rondas o palabras, frases o incluso oraciones sobre el tema estudiado en la sesión como el número o cantidad igual de grupos o jugadores (el nivel de dificultad depende de quiénes son los jugadores).

2. **Los asistentes jugadores arman equipos o grupos para identificar cada palabra:**

Se dividen en grupos de 3 o 4 jugadores.

3. **Pistas o conceptos (significados):**

El facilitador presenta en cada ronda el concepto, significado o pista y traza en una pizarra o tablero rayas por cada una de las letras de la palabra o frase.



4. Identificación de las palabras:

Se da la oportunidad o turno a cada grupo para que identifique la palabra sugiriendo letras. Si la letra está en la palabra, se escribe en su lugar en las rayas. Si no está, se dibuja una parte de la figura del ahorcado (como la cabeza, el cuerpo, los brazos, etc.)

5. Finalización del juego:

Cada ronda del juego termina cuando se identifica la palabra correctamente (antes de que se complete la figura) o cuando se completa la figura y el jugador o grupo no ha podido identificarla y se ahorca.

Palabras sugeridas o frases para el juego:

1. País megadiverso
2. Divisas
3. Turismo sostenible
4. Dimensión económica
5. Impacto
6. Dimensión ambiental
7. Inversión extranjera
8. Dimensión sociocultural



Se determinan los conceptos o pistas para cada palabra o frase y se presentan, entregan o escriben en un tablero para los participantes de cada grupo.

4. Semana 4. Competencias y habilidades para el turismo

4.1. Actividad o ejercicio de reflexión inicial – Reconozco mis motivaciones y habilidades para pertenecer al turismo

De manera individual y por un espacio de 10 minutos cada uno piensa o analiza las respuestas a las siguientes preguntas:

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, Km 1 Vía, La Punta
 www.tenjoculturayturismo.gov.co
 300 727 4898 / 300 727 8700



ALCALDÍA DE
TENJO



- ¿Cuáles son las razones o motivos principales por las cuales le gustaría estudiar turismo o pertenecer a este sector?
- ¿Considera que posee habilidades para poder desempeñarse o relacionarse con el sector turismo? ¿Cuáles son esas principales habilidades?

Una vez haya finalizado el tiempo inicial cada uno de los participantes socializa sus respuestas con el grupo, para reconocer dos o tres principales motivaciones y habilidades que posee para pertenecer al turismo.

4.2. Contexto e importancia del talento humano en el turismo

Hablar de turismo es hablar de servicios y, por tanto, no es extraño hacer referencia a las personas, al factor humano, a los recursos humanos o, desde un punto de vista más descriptivo y acertado en cuanto al valor propio que representa para las empresas y para todo el sector el *capital humano*.

Cuando se pregunta a un estudiante por qué estudia Turismo la respuesta mayoritaria es: *porque me gusta viajar y conocer gente*. En un sentido, existe la certeza de que desarrollarse profesionalmente en el sector turístico significa trato humano, relacionarse con la gente, intentar, en definitiva, ofrecer un servicio haciendo que los demás disfruten al máximo de su experiencia turística.

Los turistas son personas y, por tanto, están sometidos a las leyes sociales que rigen la conducta humana: hábitos, modas, gustos y tendencias, personalidades variadas, caracteres. Realmente, si se realiza un análisis sencillo que tuviera por objeto resaltar los momentos en que se producen interacciones y relaciones entre los turistas y las personas que trabajan en turismo directos de las experiencias Turísticas, arrojaría un gran número de *momentos de la verdad*.





Basta con pensar en agentes de viajes, guías, auxiliares de vuelo, animadores, recepcionistas, etc. Aun así, el análisis resultaría parcial, ya que habría que añadir a todas aquellas personas que intervienen en el abastecimiento de bienes y servicios, directa o indirectamente, para la industria turística y a los propios residentes de los destinos, todos ellos actores de primera magnitud en la experiencia turística y enlace necesario con los bienes físicos para, conjuntamente, proporcionar el producto turístico. De tal manera que podemos afirmar que la compra del producto turístico implica el valor añadido de todas las contribuciones que estas personas puedan hacer al sector.

Todas las características que tiene los servicios como el del turismo, crean cierta inseguridad en la entrega de estos que sólo puede ser minimizada con un alto grado de profesionalismo por parte de los trabajadores o personas del sector. Debido al elevado número de elementos intangibles, es durante el encuentro del cliente con las empresas o personas (*momento de la verdad*), es cuando el proveedor del servicio debe demostrar su habilidad para satisfacer al consumidor o turista.

La mejora del sistema de prestación del servicio debe basarse en la involucración total de los recursos humanos en la organización en la que trabajan. Una actitud positiva por parte de las personas fomenta una percepción positiva de la experiencia turística por parte del cliente. Por ello, es importante que las personas se sientan motivadas sabiendo que forman parte del negocio o actividad en que trabajan, deben ser capaces de tomar decisiones por ellas mismas y de reaccionar ante cualquier situación imprevista.

Por lo tanto, una formación de calidad a todos los niveles se hace indispensable para obtener profesionales flexibles, que sean capaces de satisfacer las necesidades de los clientes y las de la propia industria turística, sintiéndose, al mismo tiempo, motivados e involucrados en la actividad en la que trabajan.

Todos estos componentes manifiestan claramente la enorme importancia que reviste el capital humano en el contexto de la industria turística, fomentando si su intervención es

Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, Km 1 Vía, La Punta
 www.tenjoculturayturismo.gov.co
 300 727 4898 / 300 727 8700



ALCALDÍA DE
TENJO



positiva la satisfacción del cliente o turista con respecto a su compra o, en caso contrario, no convenciendo al cliente de repetir su experiencia. Además, son cruciales para estructurar con éxito un sistema de servicios, que, con un planteamiento adecuado pueden convertirse en una útil herramienta de diferenciación y competitividad.

4.3. Competencias y habilidades generales y específicas para el turismo

Las competencias generales para la industria turística, según el MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo), incluyen tres grandes grupos:

- **Conocimientos:** En sentido conceptual el conocimiento es la acción y efecto de conocer, tener noción o saber de algo. Para el turismo es necesario conocer de Geografía, cultura general, historia, idiomas (especialmente inglés), herramientas tecnológicas, entre otros temas o aspectos.
- **Habilidades:** Las habilidades son las capacidades o destrezas que tiene una persona para realizar actividades o tareas con facilidad y eficiencia. Las habilidades también se pueden entender como un conjunto de capacidades, aptitudes y atributos que una persona posee y que le permiten desempeñarse de manera efectiva en diferentes áreas de su vida. Algunos ejemplo de estas habilidades para el turismo son la comunicación, gestión turística, manejo de herramientas tecnológicas, adaptación a entornos diversos, el trabajo en equipo, planificación, organización, autonomía y flexibilidad.
- **Actitudes:** Las actitudes son disposiciones mentales y emocionales hacia algo o alguien, que se manifiestan en nuestros pensamientos, sentimientos y comportamientos. Son un conjunto de valoraciones, creencias y emociones que influyen cómo nos comportamos y nos relacionamos con el mundo. Algunos ejemplo de ellas para el turismo son la responsabilidad social, respeto por la cultura y el medio ambiente, compromiso con el turismo sostenible, proactividad y orientación al cliente.





Las competencias y habilidades específicas para el sector turístico incluyen la capacidad de comunicación efectiva, tanto escrita como verbal, el manejo de idiomas (especialmente inglés), la orientación al cliente y la gestión de relaciones interpersonales. Además, son fundamentales la capacidad de resolución de problemas, la adaptación a diferentes entornos y la creatividad para innovar en la oferta turística.

De manera específica podemos definir cada una de estas competencias relacionadas con el grupo de habilidades y actitudes, que se consideran y denominan en la actualidad habilidades blandas:

- **Comunicación efectiva:** La capacidad de transmitir información de manera clara y precisa, tanto en español como en otros idiomas, es fundamental para interactuar con clientes de diferentes nacionalidades y culturas.
- **Orientación al cliente:** Entender las necesidades y expectativas de los clientes, brindar un servicio personalizado y resolver sus problemas de manera eficiente son competencias cruciales para la satisfacción del cliente y la fidelización.
- **Relaciones interpersonales:** La habilidad para construir relaciones sólidas con colegas, proveedores y clientes, así como la empatía y la escucha activa, son esenciales para el trabajo en equipo y la gestión de la experiencia del cliente.
- **Resolución de problemas:** La capacidad de identificar y resolver problemas de manera rápida y eficiente es esencial para garantizar una experiencia turística positiva y manejar imprevistos.
- **Adaptabilidad:** El sector turístico es dinámico y cambiante, por lo que la capacidad de adaptarse a nuevas situaciones, tecnologías y tendencias es crucial para el éxito profesional.
- **Creatividad e innovación:** La capacidad de pensar fuera de la caja, generar nuevas ideas y ofrecer productos y servicios innovadores es fundamental para destacar en un mercado competitivo.





- **Empatía:** La capacidad de entender y compartir los sentimientos de los demás es esencial para brindar un servicio personalizado y satisfacer las necesidades del cliente.
- **Liderazgo:** La capacidad de guiar y motivar a un equipo de trabajo, delegar responsabilidades y tomar decisiones estratégicas es importante para la gestión de la organización.
- **Trabajo en equipo:** La habilidad de colaborar con otros miembros del equipo, compartir conocimientos y objetivos, y trabajar hacia un fin común es esencial para el éxito del proyecto.
- **Resiliencia:** La capacidad de adaptarse a los cambios, superar obstáculos y aprender de los errores es crucial para el éxito profesional en un sector dinámico.
- **Pensamiento crítico:** La capacidad de analizar información, evaluar diferentes perspectivas y tomar decisiones informadas es fundamental para la resolución de problemas y la gestión de proyectos.

En el grupo de competencias de conocimiento tenemos las siguientes las cuales se consideran como técnicas:

- **Manejo de idiomas:** El dominio de idiomas extranjeros, especialmente inglés, es vital para trabajar en un sector globalizado y atender a turistas de diferentes nacionalidades.
- **Manejo de herramientas tecnológicas:** La familiaridad con software de gestión hotelera, sistemas de reservas en línea y plataformas de marketing digital son cada vez más importantes.
- **Conocimientos en turismo:** Conceptos, elementos y conocimiento del funcionamiento del sector, así como también la comprensión de las leyes y regulaciones que rigen el turismo es fundamental para garantizar la legalidad de las operaciones.



- **Gestión de proyectos turísticos:** La capacidad de planificar, organizar y ejecutar proyectos turísticos de manera eficiente y efectiva es esencial para el desarrollo del sector.
- **Análisis de datos:** La habilidad para analizar datos del sector turístico, como tendencias de mercado y comportamiento del cliente, es crucial para tomar decisiones estratégicas.

En resumen, los profesionales del turismo deben poseer una combinación de competencias y habilidades técnicas, habilidades blandas y un profundo conocimiento y comprensión del sector, que les permita ofrecer una experiencia turística excepcional y contribuir al desarrollo sostenible del turismo.

4.4. El proceso de la comunicación

De manera sencilla la comunicación se define como un proceso en el cual se intercambian sentimientos, ideas, opiniones o cualquier otra clase de información por medio de la expresión verbal, la escritura, señales u otro tipo de medios que se pueden utilizar.

Técnicamente, la comunicación permite que un mensaje originado en el punto X llegue a otro punto determinado Y, que está distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información y supone un proceso que conlleva una serie de pasos o etapas.

La comunicación cuenta con una serie de elementos que son los siguientes:

- **Emisor:** Persona o empresa que abre o inicia el proceso, contando con una importante fuente de información. Este elemento de la comunicación representa en marketing la función del vendedor u oferente de un producto o servicio. El remitente debe considerar los siguientes puntos:
 - Que el mensaje sea transmisible.
 - Que resulte atractivo para quien lo recibe.



- Que el lenguaje empleado sea adecuado al perfil del receptor.
- Que el momento elegido sea el más conveniente.
- **Receptor:** Es el destinatario a quien va dirigido o quien recibe el mensaje. Para el marketing representa inicialmente el cliente. Para que la comunicación se lleve a cabo eficazmente, el receptor debe tener una actitud previa de aceptación y receptividad.
- **Contenido:** Es el mensaje, la información o los datos a enviar, y usualmente concuerdan con los productos y servicios que se pretenden dar a conocer.
- **Código:** Son las distintas formas, estilos, lenguaje o símbolos que se utiliza para comunicar la información.
- **Canal o medio de transmisión:** Es el medio, forma o manera por la cual se transmite la información que ha sido codificado.
- **Feedback o retroalimentación:** Es el indicador que mide la efectividad del proceso de comunicación. Consiste en verificar o retroalimentar que el mensaje se recibió correctamente y si la comunicación ha sido efectiva.

El proceso de comunicación requiere realizar ocho pasos, los cuales se deben tener en cuenta indistintamente del medio utilizado que haya sido seleccionado. Los pasos de este proceso son:

1. Desarrollo del mensaje. En este primer paso se debe reflexionar y desarrollar la idea que se desea transmitir y la intención determinada, esto le da sentido a la comunicación ya que sin un mensaje el proceso no tendría caso.

2. Codificación. El segundo paso representa codificar o cifrar el mensaje, es decir, colocarlo en un código que sea común tanto para el emisor como para el receptor, por ejemplo, palabras (de un idioma), gráficas, textos u otros símbolos conocidos por ambos actores. También se determina el tipo de lenguaje que se va a utilizar como oral, escrito, gráfico, mímico u otros.



3. Selección del medio de comunicación. Una vez desarrollado y definido el mensaje, en el lenguaje o código seleccionado, se debe seleccionar un Canal o medio de transmisión por el cual se va a transmitir, que no presente barreras ni tampoco interferencias que se puedan presentar.

4. Recepción del mensaje. El paso anterior permite al receptor recibir el mensaje a través del Canal o medio establecido, los órganos de los sentidos del ser humano como la vista, oído, olfato, tacto y gusto intervienen en la recepción y la mejoran de manera importante.

5. Decodificación o descifrado. En este paso del proceso el receptor descifra el mensaje, lo decodifica e interpreta, logrando reconstruir la comprensión adecuada del mensaje.

6. Aceptación. Una vez que el mensaje ha sido recibido y descifrado, entonces se pasa a la oportunidad de aceptar o rechaza la información. Si el mensaje es aceptado (siendo este el objetivo de toda comunicación en marketing), entonces se logra el fin deseado y el verdadero establecimiento de la comunicación.

7. Uso o utilización de la información. Este es un paso decisivo para la acción o actuación del receptor, la reacción que se logra y la utilización que se le da a la información contenida en el mensaje recibido.

8. Retroalimentación. La retroalimentación es el paso final con el cual finaliza el circuito y representa una respuesta del receptor, interactuando de forma bilateral con el emisor para corroborar o pedir aclaraciones si es el caso.

La comunicación requiere un ambiente de confianza y seguridad, siendo importante no



faltar a los demás que hacen parte de un elemento importante como lo es el receptor, que finalmente es para quienes se construye un proceso de buena comunicación, ya sea en el terreno personal, profesional o comercial.

Los procesos de comunicación han cambiado y evolucionado notoriamente en la actualidad, la era de la información que se caracteriza por la cantidad de medios digitales y la utilización de internet como canal de comunicación, genera cambios importantes en la forma en que las personas se comunican y las herramientas que utilizan a diario para recibir e intercambiar información de cualquier naturaleza. Esta situación hace que la promoción turística deba adaptarse a las tendencias actuales de comunicación de los consumidores, y a la utilización de las estrategias más adecuadas para llevar mensajes e información de productos y servicios de la manera más acorde y adecuada posible.

4.5. Actividad didáctica – Ejemplificando la atención de un turista en mi territorio

En grupos de 4 o 5 participantes se debe construir un ejemplo de un proceso de comunicación para identificar y relacionar cada uno de los elementos y los pasos del proceso, aplicado o enfocado en la atención de un turista en el municipio para una situación que se proponga o escoja por parte de cada grupo. el ejercicio de ejemplificación se realiza de la siguiente manera:

1. Cada grupo debe redactar o describir en un texto el ejemplo de la comunicación propuesta.
2. Se establece y escriben cada uno de los 8 pasos estudiados en el proceso de comunicación, y se escribe al frente la parte del ejemplo que corresponde con el paso correspondiente.
3. Se identifican cada uno de los elementos de la comunicación que deben estar presentes de acuerdo con el ejemplo establecido.
4. Se propone utilizar un cuadro de 3 columnas en donde se presentan los aspectos de los puntos 2 y 3 del ejercicio, primera columna los 8 pasos del proceso de comunicación, segunda columna la parte del ejemplo que corresponde a cada





paso, y tercera columna el nombre o nombres de los elementos de la comunicación que corresponden según el ejemplo establecido por el grupo.

5. Al finalizar la actividad cada grupo socializa y retroalimenta la ejemplificación realizada.

Para la anterior actividad se dispone y entrega materiales como hojas blancas y lapiceros o lápices para cada grupo.



Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo
Centro Cultural Tenjo, **Km 1 Vía, La Punta**
🌐 www.tenjoculturayturismo.gov.co
☎ 300 727 4898 / 300 727 8700



ALCALDÍA DE
TENJO



D. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

DANE – Departamento Nacional de Estadística. (2024). Resultados Cuenta Satélite de Turismo 2023.

Ministerio de Comercio Industria y turismo. (2022). Cartilla ABC del Turismo Cuaderno de Trabajo.

Ministerio de Comercio Industria y turismo. (2024). Mincit.gov.co

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/turismo-ocupa-lugar-esencial-economia-colombiana>

OMT - Organización Mundial del Turismo. (1998). Introducción al Turismo.

SENA – Servicio nacional de Aprendizaje. (2024). Componente formativo Marketing Turístico.

Universidad de Cundinamarca. (2023). Cartilla Conceptos y aspectos básicos de la industria turística.

E. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Efraín Morales Rivera	Contratista IMCTT	Subdirección de Turismo.	Abril de 2025

