

MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO
ANATO
Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo



Esta Cartilla se elaboró en el marco del Convenio de Asociación 02-2007, suscrito entre el IDT y ANATO con el objeto de “Aunar esfuerzos para la promoción de una cultura de la calidad y la sostenibilidad, como estrategia de competitividad empresarial a partir de la implementación de las normas técnicas sectoriales.”

SAMUEL MORENO ROJAS
Alcalde Mayor de Bogotá

SERGIO DIAZGRANADOS G.
Presidente Ejecutivo ANATO

MÓNICA DE GREIFF
Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá

ELSA VICTORIA MUÑOZ GOMEZ
Directora General
Instituto Distrital de Turismo de Bogotá

ZULY OSPINA DE COZZI
Directora Ejecutiva ANATO

ROSA MARGARITA FIGUEREDO MOLINA
Subdirectora Gestión de Destino
Instituto Distrital de Turismo de Bogotá

YAQUELINE QUEVEDO BUENO
Subdirección de Proyectos ANATO

JORGE OROZCO
Interventor Convenio IDT-ANATO

MARTHA ELIZABETH BARBOSA MANRIQUE
Elaboración textos y diseño de formato

JULIO CESAR CUERVO
Diseño y diagramación

JET IMPRESORES
Impresión

FOTOGRAFIA
Archivo Distrital de Turismo

www.anato.org

Tabla de Contenido

Introducción

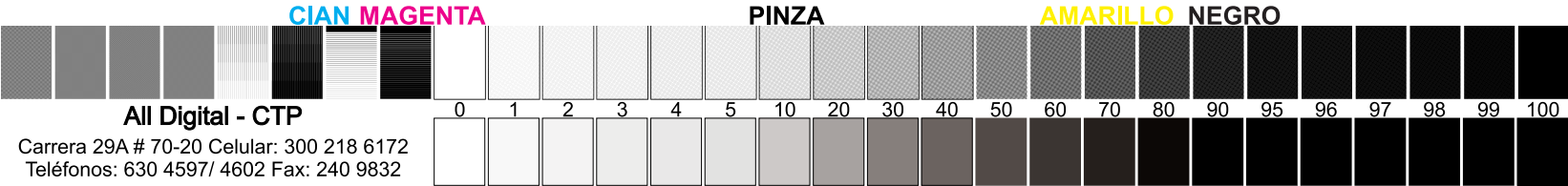
I.-	Conceptos Básicos.....	9
II.-	La Actividad Turística.....	13
	Políticas	
	Sector Empresaria	
III.-	Calidad y Competitividad.....	17
	Normas Técnicas Sectoriales	
IV.-	Producto Turístico.....	31
	Concepto	
	Tendencias	
	Nuevos Comportamientos del Turista	
	Insumos para la Creación de Productos Turísticos	
	Atractivos Turísticos	
	Servicios Turísticos	
	Accesibilidad	
	Caracterización de los Insumos del Producto Turístico	
V.-	Diseño de Producto Turístico.....	47
	El Destino	
	Selección de Elementos	
	Programación de Actividades	
	Factores de Diferenciación	
VI.-	Costeo del Producto Turístico.....	53
VII.-	Comercialización.....	59
	Bibliografía y Cibergrafía.....	64
	Pits.....	65

Introducción

Colombia está experimentando una evolución positiva en el sector de los servicios. Este progreso está siendo sustentado mayormente por el turismo que ha visto un renacer importante en los últimos años gracias a cambios positivos como la seguridad, el mejoramiento de la imagen del país y la permanente recuperación de la calidad de vida en nuestras ciudades. Bogotá no es ajena a esa realidad y no en vano es el primer destino de Colombia.

Por lo anterior, el Instituto Distrital de Turismo y la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO, presentan este manual cuyo propósito es apoyar al sector en la creación de nuevos productos turísticos que soportados en la calidad y en la competitividad le ofrezcan al visitante mejores usos de nuestra gran diversidad de activos.

Este texto aspira a contribuir en el mejoramiento del rol de las agencias de viajes como asesores principales del turista.



MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURISTICOS

I. Conceptos Básicos

Calidad

El significado de “calidad” es complejo y es el resultado de situaciones objetivas y subjetivas del cliente, por consiguiente es pertinente recurrir a la definición de calidad que para una empresa de servicios hacen Pierre Eiglier y Eric Langeard en su libro “Servucción, el Marketing de Servicios”:

“Un servicio de buena calidad es el que en una situación dada, satisface al cliente”

Palabras Claves:

Calidad, situación, cliente

Anotaciones:



MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURISTICOS

II. La Actividad Turística

Es así como en el documento de la Política Nacional de Turismo, Plan Sectorial de Turismo 2008 – 2010 “*Colombia, destino turístico de clase mundial*” se hace especial mención y énfasis en trabajar la línea de mejores productos turísticos, línea de trabajo que exige del agente de viajes una identificación clara de las características fundamentales de los viajeros actuales y futuros y segmentación de mercados para la creación de nuevos productos turísticos.

El Sector Empresarial

En Colombia el sector empresarial para la actividad turística se encuentra definido y caracterizado en la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996). En el marco de la Ley es pertinente recordar que uno de los principios manifiesta que:

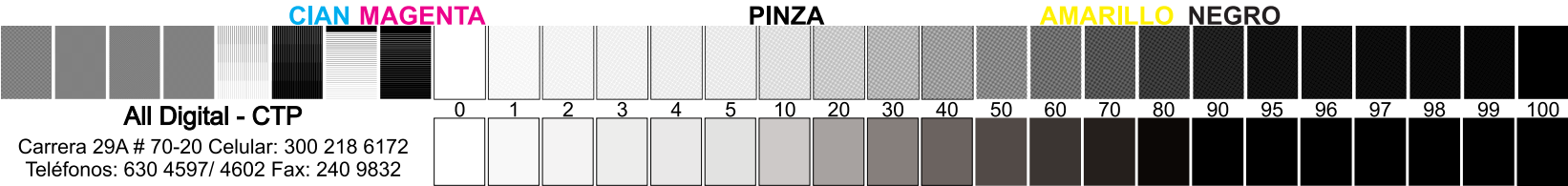
“el turismo es una industria de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos por la ley y en sus normas reglamentarias”

En el capítulo III de la Ley 300 de 1996, el Artículo 85 clasifica las agencias en tres clases: Agencias de Viajes y Turismo, Agencias de Viajes Operadoras y Agencias de Viajes Mayoristas. En el Decreto Número 502 de 1997, se definen las funciones de las agencias de viajes y en él, las tres tienen una función en común:

Palabras Claves:

Creación, productos, iniciativa, acceso, competencia, organizar, funciones.

Anotaciones:





Palabras Claves:

Turismo, fenómeno, socioeconómicos, sostenible, gestión.

Anotaciones:

I. Conceptos Básicos

Turismo

“Se puede definir como el fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo”. (para la realización de actos particulares de consumo).¹

Turismo Sostenible

“El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”. (Organización Mundial del Turismo)



Palabras Claves:

Ley, prestador, actividad, paradigmas, integral.

Anotaciones:

organizar planes turísticos, función que implica el diseño de producto turístico. Es pertinente aclarar que la Ley no le asigna esa función a ningún otro prestador de servicios, por consiguiente, el diseño de producto turístico es una actividad de las agencias de viajes.

En los nuevos paradigmas de la actividad turística, las innovadoras y ágiles tecnologías para la información y la comunicación han hecho que las agencias de viajes dejen sus funciones de informar, vender y reservar servicios turísticos para transformarse en Centros de Atención Integral al Viajero y es en el entorno de la atención integral, donde la creatividad y la innovación tienen un rol preponderante en el diseño de producto turístico.



Palabras Claves:

Actividad, protección, conservación, desarrollo, sociedades, políticas.

Anotaciones:

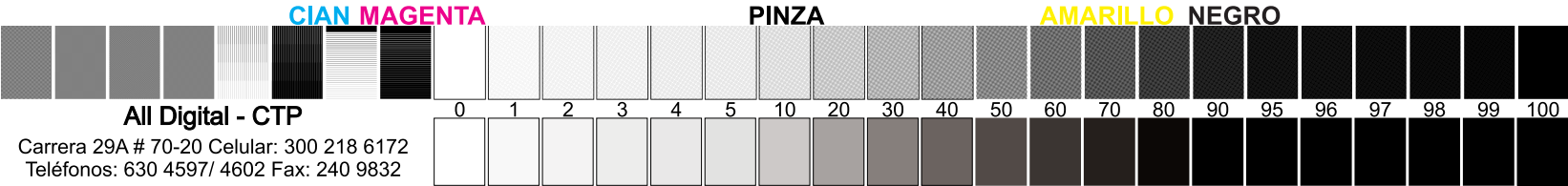
II. La Actividad Turística

El turismo es y ha sido caracterizado como una actividad ideal para la aproximación entre los pueblos, para el conocimiento mutuo y la comprensión de las diferencias, para la protección, conservación y recuperación del patrimonio tanto cultural como natural y para el desarrollo social y económico de las sociedades que participan en él.

Políticas

El Documento “Visión Colombia 2019 – II Centenario”, ejercicio de planeación para el mediano plazo, incluye al turismo como uno de los tres sectores potenciales para el desarrollo social y económico y plantea que “para ese sector se deberían adoptar estrategias de desarrollo mediante la potencialización de sus ventajas competitivas, el posicionamiento de la marca país y la generación de infraestructura adecuada para su desarrollo”.

El desarrollo y consolidación de la actividad turística como sector potencial requiere de Agentes de Viajes comprometidos con la innovación y desarrollo en el campo del producto turístico, orientado a nuevos mercados de consumidores.



MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURISTICOS

III. Calidad y Competitividad

La Unidad Sectorial de Normalización de Agencias de Viajes ha desarrollado doce normas técnicas sectoriales, a las que se debe agregar la “Norma Técnica Sectorial Agencias de Viajes, requisitos de sostenibilidad” desarrollada por la Unidad Sectorial de Normalización para el Turismo Sostenible.

Definición

Norma Técnica: “Documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que suministra, para uso común y repetido, reglas, directrices y características para las actividades o sus resultados, encaminados al logro del grado óptimo de orden en un contexto dado” ⁴

Las partes que conforman una norma técnica sectorial son:

- **Número:** A partir de la primera norma técnica sectorial del subsector turístico que se esté normalizando, la numeración va en orden continuo.
- **Título:** Da a conocer el asunto tratado en la norma y la actividad, proceso o función normalizado.
- **Objeto:** Enuncia para cuál actividad, proceso o función se establecen los requisitos de servicio, dotación, operación y personal que deben cumplirse.

Diseño de Producto Turístico Manual

Palabras Claves:

Requisito, documento, partes sectorial.

Anotaciones:



21

El concepto de competitividad turística ha sido definido así : ²

“El concepto de competitividad turística comprende dos enfoques: el de producto y el netamente empresarial. La competitividad del producto es la capacidad que un atractivo turístico conjuge a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta. Por ende, la competitividad del producto se refiere no sólo a la calidad del atractivo turístico en sí, sino también a los factores que lo diferencian y que lo hacen deseable para los turistas. Entre estos factores se incluye la accesibilidad, la infraestructura, la planta turística, la relación calidad/precio, la seguridad, la imagen y la calidad de la superestructura. La competitividad empresarial no es otra cosa que la capacidad de los empresarios de generar rentabilidad y de mantener el negocio en el tiempo”.

Normas Técnicas Sectoriales

La Ley 300 de 1996 en su Título VIII, Artículos 69 y 70 establece el fomento de la calidad en el sector turismo y para ello ordena la creación de Unidades Sectoriales para cada uno de los subsectores turísticos, las cuales serán parte del Subsistema Nacional de la Calidad –SNCA–. La Unidad Sectorial de Normalización tiene como función la preparación de normas para el sector. La Normalización ha sido definida en el Decreto 2269 DE 1993.

Diseño de Producto Turístico Manual

Palabras Claves:

Concepto, enfoques, competitividad, factores, diferencias, empresarial,

Anotaciones:



19

Normas Técnicas Sectoriales Agencias de Viajes

El conjunto de normas publicadas y oficializadas hasta la fecha de publicación de este documento, cubre diferentes ámbitos de las agencias de viajes tanto de viajes y turismo como la agencia de viajes operadora y la agencia de viajes mayorista. Esta situación demanda un análisis de cada norma para agruparlas y así orientar el proceso de toma de decisión del empresario al momento de proyectar procesos de certificación para su agencia.

Los grupos que se han identificado son:

A.- Instalaciones. Hace parte de este grupo la siguiente Norma Técnica Sectorial:

Número: NTS AV 003

Título: Infraestructura en Agencias de Viajes.

Objeto: Establece la infraestructura que deben tener las agencias de viajes para garantizar una adecuada atención al cliente.

B.- Prestación del Servicio. Hacen parte de este grupo las siguientes Normas Técnicas Sectoriales:

Número: NTS AV 001

Título: Reservas en Agencias de Viajes

Objeto: Establece los requerimientos mínimos para la prestación del servicio de reservas.

Diseño de Producto Turístico Manual

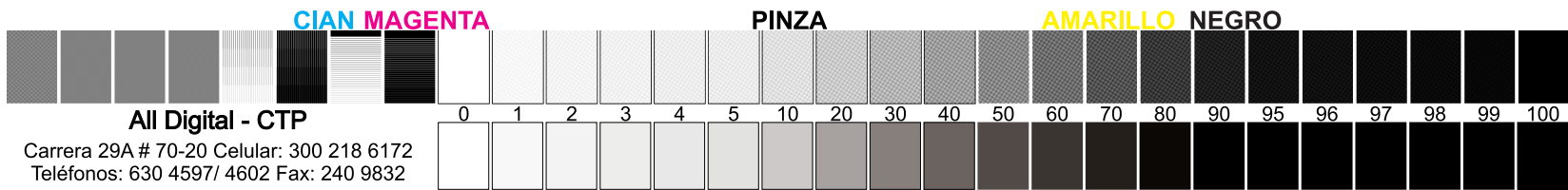
Palabras Claves:

Conjunto, oficializadas, grupos, instalaciones, prestación, servicio.

Anotaciones:



23



Palabras Claves:

Decreto, contexto, unidad, sectorial, calidad, seguridad, cooperación.

Anotaciones:

La normalización es el proceso mediante el cual, de manera abierta y transparente, se establecen, con respecto a problemas reales o potenciales, referentes técnicos para uso común y repetido. El resultado de la normalización es la adopción de documentos normativos, los cuales son de naturaleza voluntaria. La normalización es una actividad necesaria para la competitividad del sistema productivo debido a que facilita el comercio. ³

La Unidad Sectorial de Normalización esta conformada por: Un consejo directivo, un presidente, representantes del subsector objeto de la normalización, un comité técnico conformado por delegados del subsector, delegados de la academia, un delegado del Viceministerio de Turismo, un delegado de los consumidores y un delegado de los trabajadores. La coordinación de las Unidades Sectoriales es competencia del Grupo de Calidad, Seguridad y Cooperación Internacional de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La Unidad Sectorial de Normalización de Agencias de Viajes ha desarrollado doce normas técnicas sectoriales, a las que se debe agregar la Norma Técnica Sectorial Agencias de Viajes, requisitos de sostenibilidad desarrollada por la Unidad Sectorial de Normalización para el Turismo Sostenible.

Palabras Claves:

Prestación, servicio, reservas, atención, diseño, paquetes.

Anotaciones:

Número: NTS AV 002

Título: Atención al cliente en Agencias de Viajes
Objeto: Establece los requisitos que deben cumplir las agencias de viajes para garantizar una adecuada atención al cliente en las etapas de la prestación de servicio propias de las agencias de viajes.

Número: NTS AV 004

Título: Diseño de paquetes turísticos en Agencias de Viajes
Objeto: Establece los requisitos que deben cumplir las agencias de viajes para el diseño de paquetes turísticos.

Número: NTS AV 009

Título: Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor requisitos normativos
Objeto: Establece los requisitos que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos para la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor

Número: NTS AV 010

Título: Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura
Objeto: Determina los requisitos que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos para la operación de servicios de turismo especializado de aventura en la modalidad de rafting.

Palabras Claves:

Satisfacción, cliente, medida, condición, gustos, preferencias, calidad.

Anotaciones:

III. Calidad y Competitividad Turística

La satisfacción del cliente como evidencia del desarrollo de procesos, servicios y productos que correspondan a los objetivos y de manera destacada a la visión que tenga una empresa, hacen que la calidad sea medida en forma cualitativa y cuantitativa en un contexto de situaciones actuales y reales. La calidad no se debe relacionar con servicios de lujo y no es exclusiva de estos, la calidad tampoco es el precio alto de un producto o servicio turístico. La calidad es según el diccionario de la Real Académica Española “Condición o requisito que se pone en un contrato”, por consiguiente, la calidad de los productos y servicios turísticos se relaciona con el cumplimiento de estándares que debe cumplir un servicio o producto al ser adquirido y consumido por un cliente y los gustos y necesidades del cliente no son estáticos, ellos se modifican según situación y lugar, pero siempre en el marco de un esquema de gustos y preferencias que lo acompañarán durante toda la vida.

La competitividad que se puede definir como “la capacidad de competir para la consecución de un fin”, es una acción que implica actualización e innovación de procesos de gestión y de desarrollo de producto turístico, por lo tanto la competitividad no es una meta, es un objetivo en continuo cambio.

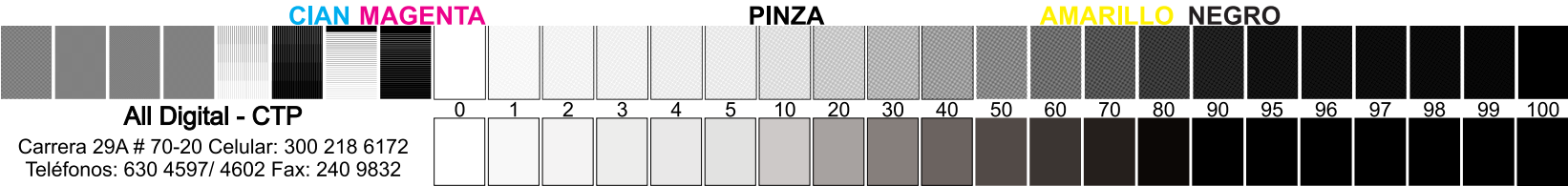
Palabras Claves:

Alcance, proceso, certificación, sello, conformidad, producto, servicio.

Anotaciones:

- **Alcance:** Subsector al que cubre la norma.
- **Definiciones:** En esta parte se determina con claridad, exactitud y precisión el significado de una palabra o expresión y que sólo aplica para la norma de la que haga parte.
- **Requisitos:** Los requisitos que están condicionados por el alcance de la norma, determinan la condición, el conocimiento y los medios necesarios para ejecutar una función, proceso u operación exclusivamente del ámbito de las agencias de viajes.
- **Normas y documentos de referencia:** En lista las normas legales y documentos que tienen relación con la norma técnica sectorial de la que hace parte.
- **Documentos de Consulta:** Son los documentos que se han consultado para el desarrollo y construcción de la norma.

Para los propósitos de este documento es pertinente recordar que la “Certificación es el procedimiento mediante el cual una tercera parte da constancia por escrito o por medio de un sello de conformidad de que un producto, un proceso o un servicio cumple los requisitos especificados en el reglamento”. ⁵



Número: NTS AV 011

Título: Requisitos para la operación de actividades de rapel en turismo de aventura
Objeto: Determina los requisitos que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos para la operación de servicios de turismo especializado de aventura en la modalidad de rapel.

Número: NTS AV 012

Título: Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura.
Objeto: Determina los requisitos que deben cumplir los prestadores de servicios de turismo en cavidades de origen natural.

C.-Personal. Hacen parte de este grupo las siguientes Normas Técnicas Sectoriales:

Número: NTS AV 005

Título: Agencias de Viajes. Norma de competencia laboral. Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa.
Objeto: Proporciona los requisitos que deben seguirse para asesorar y vender paquetes y servicios turísticos, gestionando la prestación de los mismos, satisfaciendo las

Diseño de Producto Turístico Manual

Palabras Claves:

Calidad, transporte, turístico, operación, rafting, rapel, turismo, aventura.

Anotaciones:



25

Diseño de Producto Turístico Manual

Palabras Claves:

Voluntad, inversión, recursos, financiación, organismos.

Anotaciones:



29

Número NTS AV 008

Título: Agencias de Viajes. Norma de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes.
Objeto: Proporciona los requisitos que deben cumplirse para dirigir el área financiera de las agencias de viajes, aplicando las políticas de la organización, contribuyendo con los rendimientos esperados por la empresa y satisfaciendo las necesidades del cliente, conforme a procedimientos establecidos.

Norma Técnica Sectorial Turismo Sostenible

La Unidad Sectorial de Normalización para los temas referentes al turismo sostenible ha desarrollado las normas técnicas que el sector turístico requiere. Para el subsector agencias de viajes, sólo se ha desarrollado una norma.

Número NTS TS 003

Título: Agencias de Viajes. Requisitos de Sostenibilidad
Objeto: Establece los requisitos de sostenibilidad en los aspectos ambientales, socioculturales y económicos que son aplicables a los siguientes tipos de agencias de viajes: viajes y turismo, mayoristas y operadoras.

Diseño de Producto Turístico Manual

Palabras Claves:

Administrar, comercial, aplicando, políticas, organización.

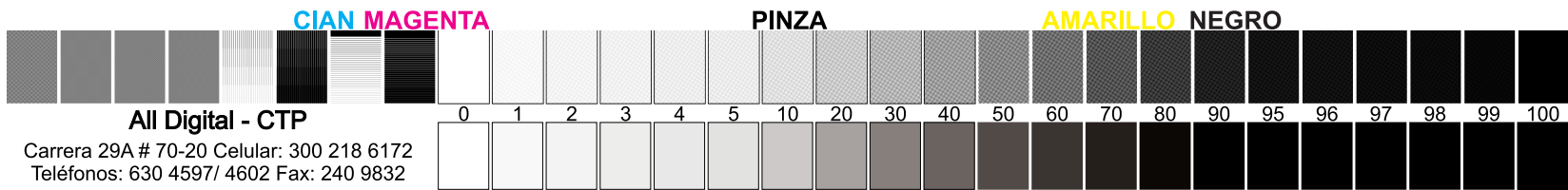
Anotaciones:



27

MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURISTICOS

IV. Producto Turístico



Palabras Claves:

Ampliar, mercados, proteger, patrimonio, beneficio, propio, destinos, inversión, rentabilidad.

Anotaciones:

Las agencias de viajes en el entorno de la globalización y en el marco del desarrollo sostenible del turismo, encontrarán en las Normas Técnicas Sectoriales un mecanismo idóneo y pertinente para:

- Ampliar mercados.
- Promover y proteger los recursos naturales y el patrimonio cultural.
- Transferir fortalezas y mejores prácticas que generan beneficios económicos y sociales en el entorno en que desarrolla su actividad.
- Ampliar la oferta de productos y servicios turísticos en beneficio propio y de los destinos.

La implementación de las Normas Técnicas Sectoriales y la certificación ha de ser asumida por el empresario como:

- Una inversión con rentabilidad a mediano plazo.
- Un instrumento para controlar costos de producción.
- Un elemento diferenciador en la promoción y comercialización de productos y servicios turísticos.
- Un medio para ubicar los mejores profesionales en un mercado laboral.

Palabras Claves:

Proceso, novedoso, pertinente, rentable, observador, tendencias.

Anotaciones:

IV. Producto Turístico

En el proceso de la producción turística, uno de los retos más interesantes para las agencias de viajes es la creación de productos turísticos, de los cuales se espera que sean: **novedosos, pertinentes y rentables**. Cabe recordar que para ser novedoso y oportuno en la creación de nuevos productos, se requiere ser ... Un buen observador y Un atento lector del sujeto turista, se debe ejecutar un permanente análisis a las tendencias del mercado con el propósito de identificar en dónde están las oportunidades, la demanda y su relación con la oferta en el núcleo receptor, buscando siempre una meta única tanto para el turista como para el núcleo receptor y emisor: El desarrollo sostenible del turismo.

Concepto

Producto Turístico es la sumatoria de atractivos turísticos, servicios de la planta turística y accesibilidad en un destino que puestos en un mercado satisfacen necesidades y motivaciones de los turistas.

Palabras Claves:

Actividades, espeleología, cavidades, origen, natural, competencia, laboral, necesidades cliente.

Anotaciones:

necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa de acuerdo con la reglamentación existente y según los procedimientos establecidos por el proveedor y la agencia de viajes.

Número NTS AV 006

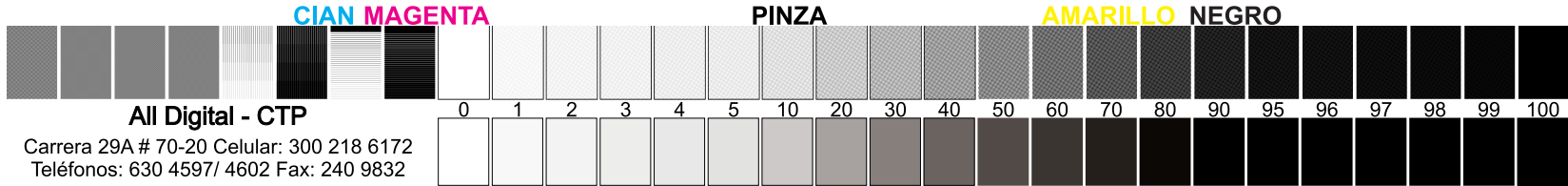
Título: Agencias de Viajes. Norma de competencia laboral. Administrar el área comercial en agencias de viajes.

Objeto: Proporciona los requisitos que deben cumplirse para administrar el área comercial de la agencia de viajes, aplicando las políticas de la organización, contribuyendo con los rendimientos esperados por la empresa y satisfaciendo las necesidades del cliente, conforme a procedimientos establecidos.

Número NTS AV 007

Título: Agencias de Viajes. Norma de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes.

Objeto: Proporciona los requisitos que deben cumplirse para dirigir el área administrativa de las agencias de viajes, aplicando las políticas de la organización, contribuyendo con los rendimientos esperados por la empresa y satisfaciendo las necesidades del cliente, conforme a procedimientos establecidos.





En el Producto Turístico se concreta toda la acción del sistema turístico y otros sistemas relacionados con él, en forma simultánea en tiempo y espacio y en forma escalonada según sean sistemas inter-dependientes o dependientes de la actividad turística.

Tendencias

Las aceleradas y profundas transformaciones que se están dando en el mundo del turismo marcan nuevas tendencias especialmente en lo relacionado con la demanda, ya que en la aparición de nuevos sistemas de valores se destaca una tendencia hacia la personalización en los patrones de consumo y los estilos al viajar. Los viajes a la medida y la demanda de productos y servicios especializados son cada vez más comunes y tienen como línea conductora:

- La reducción en la duración de las vacaciones principales.
- El incremento en los viajes cortos.
- El incremento de viajes con largos recorridos.
- Un bajo nivel de fidelidad al destino.

Palabras Claves:

Tiempo, espacio, tendencias, transformaciones, patrones, consumo, estilos.

Anotaciones:



Hechos Sociales

Son las festividades y eventos a través de los cuales una **sociedad**⁸ manifiesta o representa tradiciones populares, rinde culto a hechos históricos, congrega espectáculos relacionados con las artes plásticas, el teatro, la danza o la música. En ellos, la población puede ser actora o espectadora. Para esta categoría los ejemplos pueden ser: las peregrinaciones los domingos al Santuario de Monserrate, el Cambio de Guardia en el Palacio Presidencial Casa de Nariño, el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá.

Servicios Turísticos

Los servicios turísticos también denominados Planta Turística, son el conjunto de medios y actividades que facilitan la estancia y el bienestar del viajero, convergiendo en ellos elementos tangibles e intangibles, los cuales son en su etapa final de consumo, interdependientes.

En relación con la ubicación de los servicios turísticos usualmente sólo se analiza y evalúa los que se encuentran en el Destino Turístico, y no se analizan ni evalúan los servicios en el núcleo emisor; servicios que son de vital importancia para efectos de la promoción y comercialización del producto turístico. En concordancia con lo anterior se hace necesario analizar y valorar los servicios turísticos en dos espacios:

Palabras Claves:

Sociales, festividades, eventos, tradiciones, conjunto, medios, estancia, bienestar.

Anotaciones:



Palabras Claves:

Beneficios, comunidades, locales, insumos, destino, características, visitantes, atractivos.

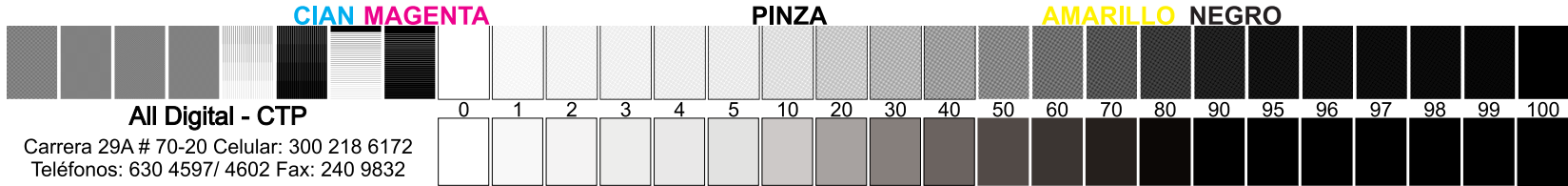
Anotaciones:



Palabras Claves:

Agencias, guías, turismo, empresas, gastronomía, concesionarios.

Anotaciones:



Palabras Claves:

Elementos, naturales, tierras, flora, fauna, tangibles, intangibles, sociedad.

Anotaciones:

Elementos Naturales

En la categoría de elementos naturales se incluye: el relieve continental, son las formas que se presentan en las tierras emergidas, el relieve submarino son las formas que diseñan el fondo de los océanos, la flora y la fauna con características endémicas, el clima, los ríos, los lagos, las aguas subterráneas, paisajes naturales donde predominen los elementos naturales poco o nada intervenidos por la mano del hombre y los humedales.

Bienes Creados por la Mano del Hombre

Son todas las realizaciones tangibles o intangibles a través de las cuales una sociedad evidencia su cultura. Las realizaciones pueden hacer parte de un pasado remoto, un pasado reciente o del presente. Los ejemplos de cada uno son: parque arqueológico de San Agustín, Centro Histórico de Bogotá, Biblioteca Virgilio Barco Vargas o el Jardín Botánico José Celestino Mutis.

Palabras Claves:

Intangibles, acogida, hospitalidad, núcleo, emisor, revistas, especializadas.

Anotaciones:

b. Elementos Intangibles

A este grupo pertenecen aquellos elementos que no pueden ser tocados, sólo se sienten y son las sensaciones las que determinan su valor. Son elementos de este grupo solamente:

- La Acogida. El recibir con manifestaciones especiales la aparición de personas en un lugar.
- La Hospitalidad: Prestar y proveer la debida asistencia a las necesidades y motivaciones del turista.

Servicios Turísticos en el Núcleo Emisor

En la actividad turística el núcleo emisor hace referencia al lugar de origen de los consumidores del producto turístico, por consiguiente la planta turística a evaluar en este núcleo son las agencias de viajes detallistas y mayoristas intermediarias en la venta final y punto de apoyo a la promoción. Es pertinente incluir en este ítem a los medios de difusión escrita, visual y auditiva, que tengan como finalidad principal la promoción y comercialización turística, como ejemplo están las revistas especializadas en viajes o separatas periódicas de los diarios.

Palabras Claves:

Código, ético, consejos, turista, viajero, responsable.

Anotaciones:

Nuevos Comportamientos del Turista

En el marco del “Código Ético Mundial para el Turismo”⁶ la Organización Mundial del Turismo presenta una serie de consejos para el “Turista y Viajero Responsable” y entre ellos es pertinente destacar tres:

- Ayude a conservar el entorno natural. Proteja la flora y la fauna silvestre y su hábitat y no compre productos elaborados a partir de plantas o animales en peligro.
- Respete los recursos culturales. Las actividades turísticas deben practicarse con respeto por el patrimonio artístico, cultural y arqueológico.
- Su viaje puede contribuir al desarrollo económico y social. Compre artesanía y productos locales para apoyar la economía del lugar y atégase a los principios del comercio justo. Cuando regatee, tenga presente el concepto del salario justo.

En ese mismo entorno se hace cada vez más evidente que muchos turistas viajan de manera responsable, para disfrutar la cultura y todo el entorno del destino y asumiendo comportamientos que propenden por la protección y sostenibilidad del destino turístico.

Palabras Claves:

Análisis, inventarios, servicios, turísticos, prestadores, ley.

Anotaciones:

- El Destino Turístico y el Núcleo Emisor. Es pertinente recordar que los servicios turísticos están profundamente marcados por aspectos socio - culturales y de desarrollo, tanto en el Destino Turístico como en el Núcleo Emisor, haciéndose necesario disponer de manera permanente de los respectivos análisis e inventarios de toda la gama de servicios disponibles en la planta turística.

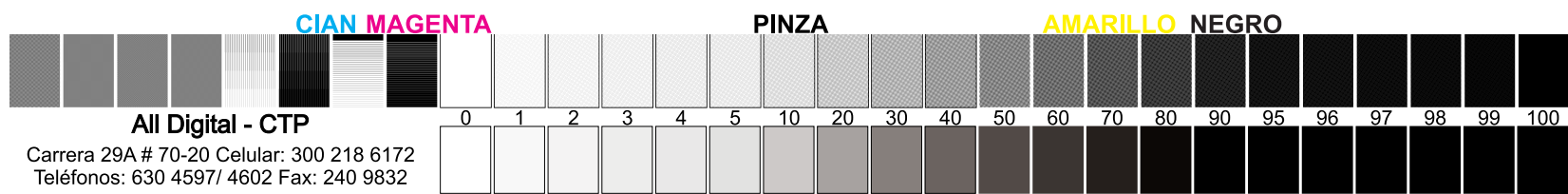
Servicios Turísticos en el Destino Turístico

Los servicios turísticos en el destino se dividen en dos grupos:

a.Elementos Tangibles

Se enlistan en este aparte los prestadores de servicios turísticos establecidos en la Ley 1101 de Noviembre de 2006, Artículo 12:

- Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
- Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
- Las oficinas de representaciones turísticas.



Accesibilidad

La accesibilidad en el diseño de producto hace relación solamente a las vías de comunicación de que se dispone para acceder al destino y a cada uno de los lugares de interés; siendo estas sólo tres:

a. Acuática. El viaje se realiza por agua y según la zona se denominan: marítimo, fluvial y lacustre. Los vehículos a utilizar son variados, entre los más conocidos están el barco, el velero, el catamarán, el yate y en algunas zonas tanto por aspectos de desarrollo como de atractivo turístico, vehículos de transporte como balsas, canoas o piraguas.

b. Terrestre. El viaje se realiza por tierra y entre los medios de transporte a utilizar están: los trenes, automóviles, autobuses y más relacionados con tradiciones y atractivos se utilizan medios de transporte de tracción animal, como por ejemplo, carretas.

c. Aérea. Para este espacio los medios a utilizar son aviones, avionetas, helicópteros y para algunos lugares en donde el atractivo lo exige, se están usando globos y dirigibles.

Palabras Claves:

Acceder, destino, acuática, terrestre, aéreo.

Anotaciones:



Bienes creados por la mano del hombre

Grupo	Parámetro
Bienes Muebles e Inmuebles	<ul style="list-style-type: none">• Relevancia Cultural• Variedad de Elementos• Cantidad de Elementos• Localización• Estado de Conservación• Posibilidad de ser vistos

Hechos Sociales

Grupo	Parámetro
Eventos, Festividades, Faldor.	<ul style="list-style-type: none">• Grupos Etnicos• Organización Social• Prácticas y Conservación Cultural• Localización• Población participante• Posibilidad de ser vistos

Palabras Claves:

Grupo, étnicos, social, prácticas, conservación.

Anotaciones:



Palabras Claves:

Caracterización, metodología, factor, individualidades.

Anotaciones:



Con respecto a la caracterización de los atractivos turísticos se propone en este documento una metodología clara y sencilla; para los servicios turísticos se propone segmentar los servicios e identificar para cada uno de ellos clase, modalidad y categoría.

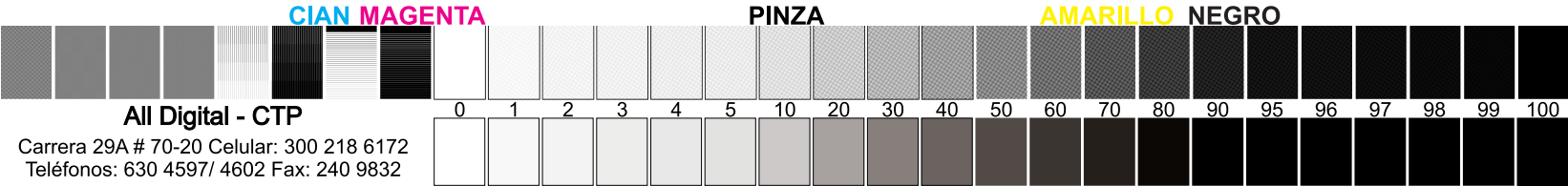
Caracterización de los Atractivos Turísticos

El factor que posibilita la caracterización de los atractivos se denomina parámetro, entendido este como el medio para medir y calificar las individualidades de cada uno de los elementos que componen un atractivo turístico. Los parámetros que se proponen para la caracterización de cada una de las categorías son:

MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURISTICOS

MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURISTICOS

V. Diseño de Producto Turístico



Palabras Claves:

Grupo, parámetro, localización, especies, estado, conservación.

Anotaciones:

Categoría: Elementos Naturales

Grupo	Parámetro
Ríos, Lagos, Humedales, Aguas subterráneas	<ul style="list-style-type: none">•Área•Localización•Posibilidad de ser vistas
Relieve	<ul style="list-style-type: none">•Altura•Área•Localización•Características geológicas•Formas•Posibilidad de ser visto

Grupo	Parámetro
Flora y Fauna	<ul style="list-style-type: none">•Número de Especies•Hábitos•Localización•Estado de Conservación•Posibilidad de ser vistas

Palabras Claves:

Diseño, globalización, adquirir, satisfacción, destinos, decisión, compra.

Anotaciones:

V. Diseño de Producto Turístico

Para la creación de Producto Turístico, se debe reconocer que en los últimos tiempos la actividad turística ha sido afectada positiva o negativamente por la globalización en todos sus aspectos, por ello lo que el consumidor encuentra en el mercado, lo que estaría interesado en adquirir y la satisfacción de sus motivaciones y necesidades son factores que inciden hoy en el desarrollo del producto turístico.

Los Destinos

En relación con algunos destinos el consumidor encuentra muy pocas o notorias diferencias entre un producto y otro, pareciera que con frecuencia tanto los destinos como los productos turísticos se ven cada vez más similares y en algunos casos son iguales, el destino no se ve claramente diferenciado de otro u otros con características similares, ello determina que en algunas ocasiones el consumidor utiliza para la toma de una decisión de compra el factor precio, que si bien es importante, no debe ser el único factor para tomar la decisión de adquirir un producto turístico. No se debe olvidar que *“El Destino” es el motivo central del viaje y no los servicios turísticos que se ofrecerán*.

Palabras Claves:

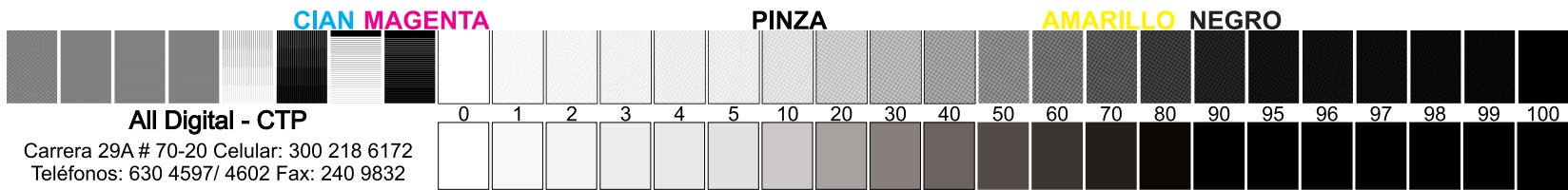
Clase, categoría, servicios, caracterización, insumos, argumentos, sello, exclusividad.

Anotaciones:

Una vez definidos y conocidos la vía de acceso y el medio, se debe definir la clase y categorías de servicios que prestarán al turista desde el núcleo emisor hasta el núcleo receptor y nuevamente, el viaje de retorno. En la actualidad son muy amplias las posibilidades de disfrute del medio de transporte durante el tiempo que se necesite para los desplazamientos, por consiguiente es un elemento a tener en cuenta en el momento del diseño del producto.

Caracterización de los Insumos del Producto Turístico

La caracterización es un proceso que tiene como fin determinar con precisión la naturaleza u origen de un elemento, la organización y comportamientos de un grupo humano o el estilo y originalidad de un establecimiento gastronómico o de alojamiento. El propósito de la caracterización es tener argumentos para la sustentación de su inclusión al momento del diseño de producto y para imprimir un sello de exclusividad.





Selección de Elementos

La selección de elementos es la sumatoria de atractivos y servicios turísticos que conformarán un producto, atendiendo las tipologías de producto que se esté interesado en comercializar o que el cliente demande. Para la selección de elementos en la conformación del producto turístico se deben plantear las siguientes preguntas al momento del diseño:

¿Qué necesidades y motivaciones tiene o podría tener el turista?

Definen selección inicial de atractivos y servicios turísticos.

¿Cuáles son sus costumbres y hábitos durante los viajes?

Definen si viaja en grupo o prefiere viajes individuales, clase y categoría de los servicios turísticos, duración del viaje y rango de precios de los insumos del producto turístico.

¿Caracterización de los elementos del Producto Turístico?

Es el elemento que permite organizar la programación del viaje.

Palabras Claves:

Selección, elementos, tipologías, preguntas, necesidades, motivaciones, programación.

Anotaciones:



Palabras Claves:

Independiente, necesito, busco, asesor, dependiente, manifiesta, disponibilidad, diferenciación, calidad, precio.

Anotaciones:



MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURISTICOS

MANUAL PARA EL DISEÑO DE PAQUETES TURISTICOS

VI. Costeo del Producto Turístico

sobre costos totales del producto. En algunas ocasiones esta decisión se sustenta con el argumento “el destino está de moda”.

Objetivo de Ventas

El empresario sólo busca un crecimiento en ventas, prescindiendo en algunos casos de una parte de los beneficios que se espera obtener, argumentando que “el volumen de ventas hace la utilidad”. Esta decisión muchas veces evidencia lo contrario, “muchas ventas – poca o ninguna utilidad”.

En la fijación de precios para los productos turísticos es imprescindible conjugar los anteriores criterios con las siguientes variables:

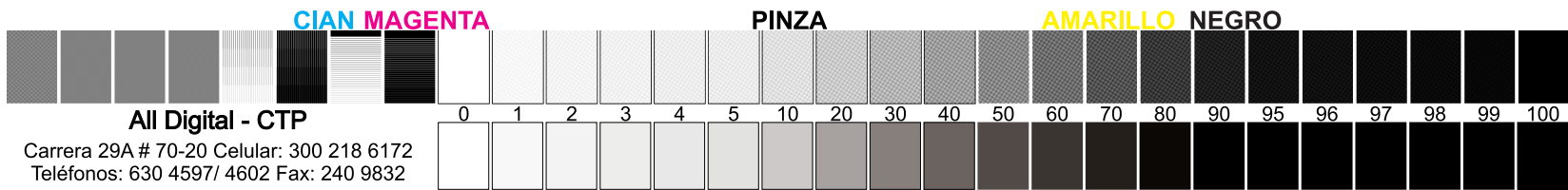
A.- Los Costos

Entendidos como la valoración del consumo de bienes y servicios, se incluyen costos individuales o directos, costos generales o indirectos, costos fijos y costos variables.

Palabras Claves:

Margen, beneficio, sustento, moda, ventas, valoración, costos.

Anotaciones:



Palabras Claves:

Actividades, grupo, clase, categoría, canales, comercialización.

- Programación de Actividades
- Tamaño de los Grupos
- Clase y Categoría de los Servicios Turísticos
- Canales de Comercialización

Anotaciones:

Palabras Claves:

Demanda, estructura, influencia, calidad, imagen, empresa, destino, competencia, estacionalidad.

Anotaciones:

B.- La Demanda

En la fijación de precios atendiendo a la demanda se tienen en cuenta variables como: estructura de la demanda, imaginación de los consumidores sobre el precio, disposición de los consumidores sobre el precio e influencia de la calidad e imagen tanto del destino como de la empresa que comercializa el producto.

C.- La Competencia

La fijación del precio se realiza casi independientemente de los costos de producción, primando solamente un criterio de “competencia” de la empresa hacia los precios de la competencia.

D.- Estacionalidad

El producto turístico está caracterizado por una particularidad “su demanda es estacionaria”. Esto significa que depende de épocas de vacaciones y en muchas regiones de las estaciones climáticas, condiciones que exigen una diferenciación de precios tanto para el destino como para sus productos.

Palabras Claves:

Etapas, factores, determinantes, turista, condiciones, catalogar, cliente.

Anotaciones:

Programación de Actividades

La programación de actividades se constituye en la parte final del diseño del producto turístico, es en esta etapa donde la programación depende de los siguientes factores:

Caracterización de los atractivos turísticos

En este factor se tiene en cuenta el parámetro “posibilidad de ser visto”, ya que cada atractivo según su naturaleza, lugar de ubicación, clima, capacidad de carga y tradiciones culturales, son determinantes para que el turista los pueda disfrutar. La calidad del producto turístico depende de manera relevante de este factor.

Caracterización del turista

En este factor se deben tener muy claro entre otros, la edad del turista, condiciones físicas, origen socio-cultural, hábitos y costumbres al viajar como la duración del viaje y clase y categoría de los servicios que prefiere. Durante este ejercicio se puede catalogar al cliente como:

VI. Costeo del Producto Turístico

En el costeo del producto turístico intervienen varios elementos, que son los que definen el precio final de venta al consumidor.

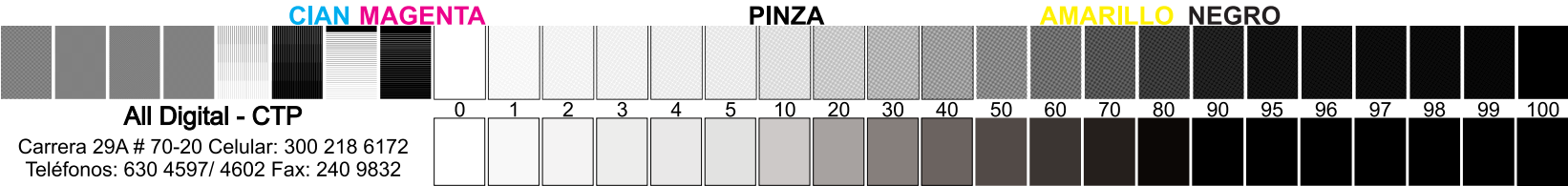
La Fijación de Precios

Para la fijación de precios la agencia debe definir una “Política de Precios” que es la resultante de la selección de uno, varios o todos de los siguientes objetivos:

Objetivos de Ganancia

En este caso los precios podrán orientarse a obtener:

- a.- **Un rendimiento deseado**, su finalidad es un porcentaje determinado de rentabilidad sobre la sumatoria de los costos directos e indirectos del producto turístico.
- b.- **Beneficios Satisfactorios**, se busca garantizar la supervivencia de la compañía, limitándose en algunos casos a recuperar solamente costos totales.
- c.- **Beneficios Máximos**, el propósito es obtener un margen de beneficio alto y rápido



Por esta razón, se debe hablar de la diferenciación de precios en relación con la estacionalidad, sin dejar de lado la alta dependencia del precio ante la oscilación de la demanda, ya sea por saturación del destino o por ingreso de nuevos destinos en el mercado.

D.- Originalidad del Producto

En la mayoría de los mercados turísticos la competencia es fuerte y dinámica, circunstancia que obliga a la creación y desarrollo de nuevos y originales productos con el fin de satisfacer las cambiantes necesidades, motivaciones y expectativas de la demanda. La fijación de precios por originalidad en el producto turístico no se sustenta en la diferente calidad de los servicios que se incluyan, esta se debe apoyar en lo anterior y especialmente, en las actividades programadas para el conocimiento y disfrute de los atractivos y las épocas de operación del programa.

Diseño de Producto Turístico Manual

Palabras Claves:

Diferenciaición, precios, dependencia, originalidad, dinámica, épocas, operación.

Anotaciones:



Diseño de Producto Turístico Manual

Palabras Claves:

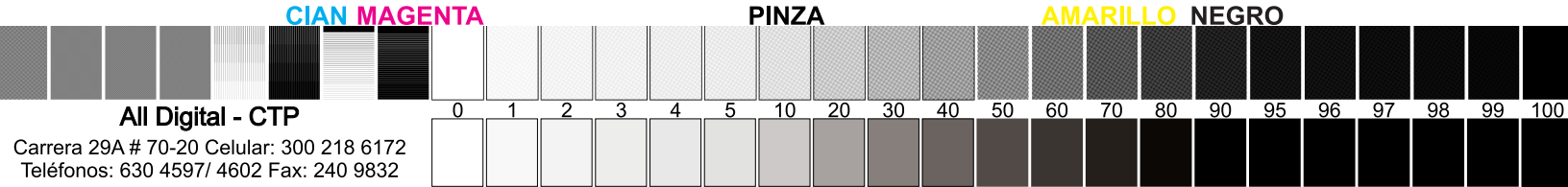
Responder, demanda, premisas, cumplimiento, distribución, exclusiva, selectiva, intensiva.

Anotaciones:



Pie de Página

1. Diccionario Básico de Turismo. Jorge Valencia Caro. Corporación Nacional de Turismo – Colombia. Santafe de Bogotá, D.C. 1995.
2. Política de Competitividad, Mercadeo y Promoción Turística. Viceministerio de Turismo. www.mincomercio.gov.co/turismo
3. (Documento COMPES 3446 “Lineamiento para una política nacional de la calidad” 30 de octubre de 2006. BOGOTÁ)
4. Calidad: Proceso decisivo para la competitividad del turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. www.mincomercio.gov.co/turismo
5. Decreto 2269 de 1993.
6. Código Ético Mundial para el Turismo. Organización Mundial del Turismo. Octubre 1999
7. Antropología y Turismo. Agustín Santana. Ed. Ariel. S.A. Barcelona. 1997
8. Sociedad: **“La multiplicidad de las interacciones de sujetos humanos que compone la trama fundamental y elemental de la sociedad, confiriéndole a la vez existencia y vida”**. En Introducción a la Sociología General. Guy Rocher. E. Herder. Barcelona 1990. pag. 20
9. Pequeño Larousse Ilustrado. Edición Exclusiva para Colombia. 1995



Palabras Claves:

Momento, intermediario, manos, consumidor, distribución, oportuna, cantidad, calidad, controla.

Anotaciones:

VII.Comercialización

La comercialización se entiende como el momento en que se pone a través de un intermediario o directamente un producto o servicio turístico en manos de un consumidor. Es en este momento cuando los criterios de oportunidad en el tiempo, calidad y cantidad en relación con la demanda, deben ser punto de referencia para direccionar todas las acciones que en torno a la comercialización se requiere ejecutar.

Política de Distribución

La etapa de comercialización depende de la política de distribución que el productor determine, aún así se debe recordar que esta debe garantizar que la oferta sea oportuna en cantidad y calidad y responda a las necesidades y motivaciones de la demanda. Las modalidades de distribución son:

Distribución Directa. A través de ella el productor llega directamente al consumidor. Las ventajas de la distribución directa están reflejadas en el contacto directo con el cliente consumidor final y a través de ese contacto directo se puede reaccionar

de inmediato ya sea para modificar el producto o para responder a un cambio en la demanda. El volumen de ventas se controla con más exactitud.

Bibliografía

- Antropología y Turismo. Agustín Santana. Ed. Ariel S.A. Barcelona. 1997.
- Código Ético Mundial para el Turismo. Organización Mundial del Turismo. Octubre 1999.
- Calidad: Proceso decisivo para la competitividad del turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Decreto 2269 de 1993.
- Future Traveller Tribes 2020: Las tribus viajeras del mañana. Henley Centre HeadlightVision en colaboración con Amadeus.
- Introducción a la Sociología General. Guy Rocher. E. Herder. Barcelona 1990.
- Ley 300 de 1996.
- Ley 1101 de 2006.
- Memorias del curso “Diseño, promoción y comercialización de producto turístico para el departamento del Quindío”, en Programa Mejor Gestión de los Departamentos. Martha E. Barbosa M. Bogotá, D.C. 2002.
- Normas Técnicas Sectoriales Agencias de Viajes 001 a 012.
- Política de Competitividad, Mercadeo y Promoción Turística. Viceministerio de Turismo.
- Propuesta de un modelo de convenio entre la unidad administrativa especial del sistema de parques nacionales naturales y/o corporaciones y la empresa privada para la gestión del Ecoturismo en áreas protegidas. Trabajo de grado para optar a la especialización en Planificación y Gestión del Ecoturismo. Vicente Robinson Davis, Marta E. Barbosa M. Bogotá, D.C., Diciembre de 1997.
- Pequeño Larousse Ilustrado. Edición Exclusiva para Colombia. 1995.
- Service Fees and Commission Cuts Opportunities and Best Practices for Travel Agencies. Amadeus IT Group S.A. June 2007.

Cibergrafía

www.mincomercio.gov.co/turismo
www.amadeus.com/travellertribes
www.unwto.org
www.rae.es

Palabras Claves:

Política, precios, propósitos, mantener, demanda, consumo, estable.

Anotaciones:

Política de Precios

El término Política entendido como “el arte de conducir un asunto para lograr un fin”,⁹ es la afirmación que debe definir el establecimiento de la Política de precios como parte inherente al proceso de fijación de precios y esta debe orientarse hacia los siguientes propósitos:

- Mantener una demanda y consumo estable que le permita cubrir costos y obtener márgenes de beneficio que hagan rentable una inversión en el largo plazo.
- Sostener una demanda y consumo estable para sostener en el tiempo la oferta de puestos de trabajo que generen bienestar y crecimiento social y económico tanto a la empresa como a la comunidad receptora.
- Generar recursos financieros para la empresa los cuales puedan ser invertidos en ampliación del negocio, apoyo a la protección y mantenimiento de los atractivos turísticos, ya sea bajo la figura de impuestos o como actividades de corresponsabilidad con la sociedad y sus recursos.

Palabras Claves:

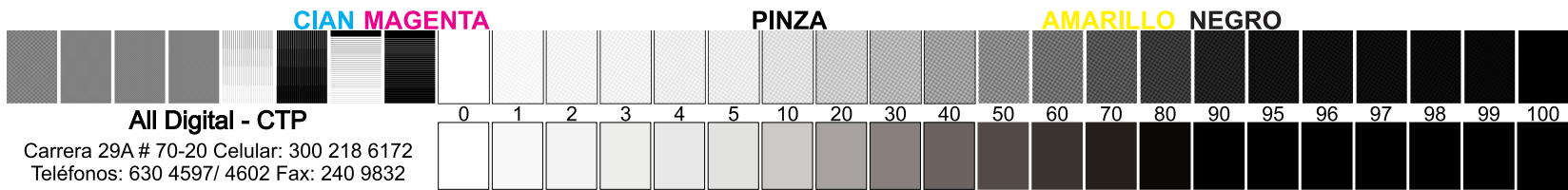
Demasiados, consumidores, riesgos, selección, distribuidor, preguntas, mercado, captar, potencial.

Anotaciones:

distribuidores utilizados tienen demasiados productos en su portafolio de servicios, lo cual conlleva a que el producto sea uno más entre todas las ofertas disponibles.

- ¿Qué mercado se desea captar?

- ¿Cuál es el potencial de ventas en ese mercado?





• **PIT TERMINAL DE TRANSPORTE**
Transv. 66 No. 35-11 Módulo 5 – Local 127 - Tels.: (571) 2954460 - 4105736
pitterminal@idt.gov.co
Horarios: Lunes a sábado 7:00 a.m. a 7:00 p.m.
Domingos y festivos 10:00 a.m. a 4:00 p.m.

• **PIT QUIOSCO DE LA LUZ**
Parque de la Independencia: Carrera 7 Calle 26 - Tel.: (571) 2842664
Horario: De Lunes a Sábados de 8:00 am a 6:00pm
Domingos y festivos de 10:00 a.m. a 4:00 p.m.
pitquiosco@idt.gov.co

Estos Puntos se encuentran ubicados en las alamedas construidas en 4 puntos de las estaciones de TransMilenio, que son:

1. PIT LAS AGUAS
Punto de Encuentro Estación de Transmilenio de Las Aguas.
Eje Ambiental con calle 18
Horario: De Lunes a Sábado de 9:00 am a 4:00 pm - Tel.: (571) 3347106

2. PIT ALCALÁ
Punto de Encuentro_Estación de Transmilenio de Alcalá.
Autopista Norte con Calle 138
Horario: De Lunes a sábado de 9:00 am a 4:00 pm - Tel.: (571) 6148638

3. PIT MUNDO AVENTURA
Punto de Encuentro: Estación de Transmilenio de Mundo Aventura.
Avenida de las Américas con Avenida Boyacá costado sur-oriente
Horario: De Lunes a sábado de 9:00 am a 4:00 pm - Tel.: (571) 2620507

4. PIT TINTAL
Punto de Encuentro _Estación de Transmilenio Biblioteca Tintal
Av. Ciudad de Cali con Av. Américas, Costado Sur
Horario: De Lunes a sábado de 9:00 am a 4:00 pm - Tel.: 4517446

de sensibilización pública sobre el problema de la prostitución, la pornografía y el abuso sexual de menores de edad. El Gobierno Nacional, por intermedio del Ministerio de Educación, supervisará las medidas que a este respecto sean dictadas por las autoridades departamentales, distritales y municipales.

Por consiguiente, la campaña de sensibilización pública se entiende todo programa, campaña o plan tendiente a informar por cualquier medio sobre el problema de la prostitución, la pornografía con menores de edad y el abuso sexual de menores de edad; sobre sus causas y efectos físicos y psicológicos y sobre la responsabilidad del Estado y de la sociedad en su prevención.

En consecuencia, el Gobierno de la Nación, a través de la Delegada para la Defensa de la Familia y el Menor y de los Procuradores Judiciales harán el seguimiento y el control respectivo.

Medidas de acción internacional

Artículo 13. Alcances de cooperación internacional. El Gobierno Nacional tomará las medidas necesarias para defender los derechos fundamentales de los niños y aumentar la eficacia de las normas de la presente ley, mediante acciones de cooperación internacional que permitan el carácter mundial del problema de la explotación sexual, la pornografía y el turismo asociado a prácticas sexuales con menores de edad. En ese sentido, el Presidente de la República podrá adoptar las siguientes medidas:

1. Sugirió la inclusión de normas para prevenir y contrarrestar el abuso sexual de menores de edad en los Convenios de Cooperación Turística que se celebren con otros países.
2. Tomará la iniciativa para la adopción de acuerdos internacionales que permitan el intercambio de información sobre personas o empresas que ofrezcan servicios relacionados con la explotación sexual de menores de edad, la pornografía con menores de edad y el turismo asociado a prácticas sexuales con menores, mediante la utilización de redes globales de información o de cualquier otro medio de comunicación.
3. Aumentará la realización de acuerdos de asistencia mutua y cooperación judicial en materia de pruebas sobre crímenes asociados a la explotación sexual, la pornografía con menores de edad y el turismo asociado a prácticas sexuales con menores.
4. Promoverá los acuerdos mutuos de asistencia mutua y cooperación judicial en materia del problema del abuso sexual con menores de edad.
5. Aumentará el intercambio de información, estadísticas y la unificación de la legislación mundial contra la explotación sexual de menores de edad.

6. Ofrecerá o concederá la extradición de ciudadanos extranjeros que estén sindicados de conductas asociadas a la explotación sexual y la pornografía con menores de edad y el turismo asociado a prácticas sexuales con menores. Para tales efectos no será necesaria la existencia de un tratado público, ni se exigirá que el hecho que la motiva esté reprimido con una determinada sanción mínima privativa de la libertad, aunque en lo demás la extradición deberá instrumentarse de conformidad con el Código de Procedimiento Penal.

7. Tendrán medidas preventivas e inmediatas tendientes a la repatriación de menores de edad que hayan sido sacados ilegalmente del país o con fines de explotación sexual.

Artículo 14. Denegación y cancelación de visas. No podrá otorgarse visa de ninguna clase para ingresar a territorio colombiano a extranjeros con los cuales se hubieren iniciado en cualquier Estado investigaciones preliminares, proceso penal o de policía, o se hubieren impuesto multas, o dictado medida de aseguramiento, o se hubiere dictado sentencia condenatoria ejecutoriada por delitos de explotación sexual o contra la libertad, el pudor y la formación sexuales de menores de edad.

Así mismo, en cualquier momento se les cancelará la visa ya otorgada, sin perjuicio de la correspondiente acción penal que ofendiera debe adelantar el Estado colombiano para asegurar la condigna sanción de tales hechos punibles.

En caso de las mismas razones procederá la deportación, la expulsión y la admisión a territorio colombiano.

Estas medidas serán adoptadas también en relación con quienes hayan sido sindicados de promover, facilitar u ocultar tales delitos, en cualquier Estado.

Artículo 15. Sistema de información sobre delitos sexuales contra menores. Para la prevención de los delitos sexuales contra menores de edad y el necesario control sobre quienes los cometen, promuevan o facilitan, el Ministerio de Justicia y el Derecho, el Departamento Administrativo de Seguridad, DAS, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y la Fiscalía General de la Nación desarrollarán un sistema de información en el cual se disponga de una completa base de datos sobre delitos contra la libertad, el pudor y la formación sexuales cometidos sobre menores de edad, sus autores, cómplices, proxenetas, tanto de condenados como de sindicados. El Departamento Administrativo de Seguridad y la Fiscalía General de la Nación promoverán la formación de un servicio internacional de información sobre personas sindicadas o condenadas por delitos contra la libertad, el pudor y la formación sexuales sobre menores de edad. Para tal efecto se buscará el concurso de los organismos de policía internacional.



por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.

El Congreso de la República

DECRETA:

Artículo 17. Objeto. Esta ley tiene por objeto dictar medidas de protección contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso sexual con menores de edad, mediante el establecimiento de normas de carácter preventivo y sancionatorio, y la expedición de otras disposiciones en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.

Artículo 27. Definición. Para los efectos de la presente ley, se entiende por menor de edad la persona que no ha cumplido los dieciocho años.

Artículo 28. Alcance de aplicación. A la presente ley se sujetarán las personas naturales y jurídicas de nacionalidad colombiana, o extranjeras con domicilio en el país, cuya actividad u objeto social tenga relación directa o indirecta con la comercialización de bienes y servicios a través de redes globales de información, los prestadores de servicios turísticos a los que se refiere el artículo 62 de la Ley 300 de 1996 y las demás personas naturales o jurídicas de nacionalidad colombiana, o extranjeras con domicilio en el país, que puedan generar o promover turismo nacional o internacional.

Se sujetarán igualmente a la presente ley las personas naturales que, tendiendo su actividad a este fin, realicen, o intenten, en sí mismas o en representación de una sociedad las actividades a las que hace referencia el inciso primero del presente artículo, siempre que ingresen a territorio colombiano.

Del mismo modo, en virtud de la cooperación internacional prevista en el artículo 13, el Gobierno Nacional incorporará a los tratados y convenios internacionales que

A las reuniones del Comité Directivo del Fondo será invitado el Director del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, cuando quiera que se discuta la destinación de los recursos a que alude el inciso anterior.

Artículo 22. Impuesto a videos para adultos. Los establecimientos de comercio, cuando alquilen películas de video de clasificación X para adultos, pagarán un impuesto correspondiente al cinco por ciento (5%) sobre el valor de cada video.

Artículo 23. Destinación de los recursos. La apropiación dentro del presupuesto que se le asigna a CBF para la explotación sexual y la pornografía con menores de edad.

Artículo 23. Impuesto de salida. El extranjero, al momento de salida del territorio colombiano, cubrirá el valor correspondiente a un dólar de los Estados Unidos de América, o su equivalente en pesos colombianos, con destino a la financiación de los planes y programas de prevención y lucha contra la explotación sexual y la pornografía con menores de edad.

Artículo 24. Fondo contra la Explotación Sexual de Menores. Créase la cuenta especial denominada Fondo contra la explotación sexual de menores, adscrita al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

El objeto principal del Fondo cuenta es proveer recursos destinadas a inversión social con el fin de garantizar la financiación de los planes y programas de prevención y lucha contra la explotación sexual y la pornografía con menores de edad y, más precisamente, con destino a los siguientes fines: construcción de hogares o albergues infantiles, programas de ayuda, orientación, rehabilitación y recuperación física y psicológica de menores de edad que han sido objeto de explotación sexual; financiación de programas de repatriación de colombianos que han sido objeto de explotación sexual, y financiación de mecanismos de difusión para la prevención de acciones delictivas contra menores de mujeres y niños. Las fuentes específicas de los recursos destinados al fondo cuenta, serán las siguientes:

1. Las partidas que se le asignen en el presupuesto nacional.
2. Los recursos provenientes de crédito interno y externo.
3. Las donaciones que reciba.
4. Los recursos de cooperación nacional o internacional.
5. Los demás que obtenga a cualquier título.

Parágrafo 1. El Consejo Directivo del ICBF definirá cada año cuáles serán los gastos concretos con cargo al fondo tomando en cuenta las condiciones de inversión fijadas en el presente Decreto. El ICBF podrá solicitar una apropiación dentro del presupuesto que se le asigna a CBf para promover educación especial, que les presente nuevas alternativas vocacionales que los oriente hacia un trabajo digno, para los menores objeto de explotación o prácticas sexuales. También se incluirá una apropiación específica para investigar las causas y soluciones del tema que es objeto de la presente ley.

celebre con otros países el contenido de la presente ley, a fin de que su aplicación pueda extenderse a personas naturales o jurídicas extranjeras, domiciliadas en el exterior, cuyo objeto social sea el mismo al que se refiere el inciso primero del presente artículo.

CAPITULO III

Do de uso de redes globales de información en relación con menores

Artículo 4°. Comisiones de expertos. Dentro del mes siguiente a la vigencia de la presente ley, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar conformará una Comisión integrada por peritos jurídicos y técnicos, y expertos en redes globales de información y 2 telecomunicaciones, con el propósito de elaborar un catálogo de actos abusivos en el uso y aprovechamiento de tales redes o en lo relacionado con menores de edad. La Comisión propondrá iniciativas técnicas como sistemas de detección, filtro, clasificación, eliminación o bloques de contenidos perjudiciales para menores de edad en las redes globales, que serán transmitidas al Gobierno nacional con el propósito de dictar medidas en desarrollo de esta ley.

Los miembros de la Comisión serán funcionarios de la planta de personal ya existente en las entidades públicas cuya función sea la protección del menor y el área de comunicaciones, y su designación corresponderá al representante legal de las mismas. En todo caso, formarán parte de la Comisión, el Director del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, el Defensor del Pueblo, un experto en delitos informáticos del DAS, el Fiscal General de la Nación, y a sus reuniones será invitado el delegado para Colombia de la Unicef.

El artículo 5°. Informes. Se refiere el presente artículo, presentará un informe escrito al Gobierno Nacional dentro de los cuatro meses siguientes a su conformación, en el cual consten las conclusiones de su estudio, así como las recomendaciones propuestas.

Parágrafo. La Comisión de Expertos a la que hace referencia el presente artículo dejará de funcionar de manera permanente, una vez rendido el informe para la cual será conformada. No obstante, el Gobierno Nacional podrá convocarla siempre que lo estime necesario para el cabal cumplimiento de los fines previstos en la presente ley.

Artículo 5°. Informes de la Comisión. Con base en el informe de que trata el artículo anterior, el Gobierno nacional, con el apoyo de la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, adoptará las medidas administrativas y técnicas destinadas a prevenir el acceso de menores de edad a cualquier modalidad de información pornográfica, y a impedir el aprovechamiento de redes globales de información

Las conclusiones de estas investigaciones servirán para definir los programas y proyectos que se ejecutarán en las siguientes vigencias fiscales.

Parágrafo 2. El ordenador del gasto será el mismo ordenador del ICBF.

Parágrafo 3. La administración financiera estará a cargo de través de la entidad fiduciaria, vigilada por la Superintendencia Bancaria, en el proceso licitatorio y la celebración del contrato de encargo fiduciario.

Parágrafo 4. El Gobierno reglamentará lo relacionado con las funciones y responsabilidades de la Junta Directiva del ICBF y del ordenador del gasto en relación con el Fondo cuenta, mientras que el control interno y fiscal deberá adelantarse de acuerdo con lo establecido en la Ley 1712 de 2014.

Parágrafo 5. Los recursos a los que hacen referencia los artículos 22 y 23 de la presente ley, se destinarán específicamente a los fines previstos en este estatuto.

Medidas policivas

Artículo 25. Vigilancia y control policivo. La Policía Nacional tendrá, además de las funciones asignadas constitucional y legalmente, las siguientes:

1. Adelantar labores de vigilancia y control de los establecimientos turísticos, hoteles o de otros tipos de alojamientos turísticos y demás lugares que, a juicio del ICBF, del Ministerio de Desarrollo Económico y de la propia Policía Nacional merezcan una vigilancia especial por existir indicios de explotación sexual de menores de edad.
2. Apoyar las investigaciones administrativas adelantadas por el Ministerio de Desarrollo Económico en cumplimiento de esta ley.
3. Canalizar las quejas que se presenten en violación a lo dispuesto en la presente ley.
4. Inspeccionar e inmovilizar los vehículos en zonas turísticas cuando existan indicios de explotación sexual de menores de edad.

Dichos vehículos podrán ser incautados y rematados para el pago de las indemnizaciones que se causen por el delito cuya comisión se establezca dentro del respectivo proceso penal.

Artículo 26. La Policía Nacional inspeccionará periódicamente las casas de lenocinio, a fin de prevenir y contrarrestar la explotación sexual, la pornografía y toda clase de prácticas sexuales con menores de edad. Al propietario o administrador de establecimiento que se oponga, se le impondrá el cierre del mismo por quince (15) días hábiles, sin perjuicio de que la inspección se realice y de la acción penal a que proceda.

Procede el cierre definitivo e inmediato del establecimiento, cuando se descubran casos de actos sexuales en que participen menores de edad o bien cuando se encuentre cualquier tipo de material pornográfico en el que participen menores de edad.

con fines de explotación sexual infantil u ofrecimiento de servicios comerciales que impliquen abuso sexual con menores de edad.
Las regulaciones sobre medidas administrativas y técnicas serán expedidas por el Gobierno Nacional dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha de vigencia de la presente ley.

Artículo 6°. Sistemas de autorregulación. El Gobierno nacional, por intermedio del Ministerio de Comunicaciones, promoverá e incentivará la adopción de sistemas de autorregulación y códigos de conducta eficaces en el manejo y aprovechamiento de redes globales de información. Estos sistemas y códigos se elaborarán con la participación de organismos representativos de los proveedores y usuarios de servicios de redes globales de información.

Para estos efectos, el Ministerio de Comunicaciones convocará a los sujetos a los que hace referencia el artículo tercero de la presente ley, para que formulen por escrito sus propuestas de autorregulación y códigos de conducta.

Los códigos de conducta serán acordados dentro del año siguiente a la vigencia de la presente ley y se remitirá copia a las Secretarías Generales del Senado y de la Cámara.

Artículo 7°. Prohibiciones. Los proveedores o servidores, administradores y usuarios de redes globales de información no podrán:

1. Alojarse en su propio sitio imágenes, textos, documentos o archivos audiovisuales que impliquen directa o indirectamente actividades sexuales con menores de edad.
2. Alojarse en su propio sitio material pornográfico, en especial en modo de imágenes o videos, cuando existan indicios de que las personas fotografiadas o filmadas son menores de edad.
3. Alojarse en su propio sitio vínculos o links, sobre sitios telemáticos que contengan o distribuyan material pornográfico relativo a menores de edad.

Artículo 8°. Deberes. Sin perjuicio de la obligación de denuncia consagrada en la ley para todos los residentes en Colombia, los proveedores, administradores y usuarios de redes globales de información deberán:

1. Denunciar ante las autoridades competentes cualquier acto criminal contra menores de edad de que tengan conocimiento, incluso de la difusión de material pornográfico asociado a menores.
2. Combatir con todos los medios técnicos a su alcance la difusión de material pornográfico con menores de edad.
3. Abstenerse de usar las redes globales de información para divulgación de material ilegal con menores de edad.
4. Establecer mecanismos técnicos de bloqueo por medio de los cuales los usuarios se puedan proteger a sí mismos o a sus hijos de material ilegal, ofensivo o indeseable en relación con menores de edad.

Artículo 9°. Puntos de información. El Ministerio de Comunicaciones creará dentro

del mes siguiente a la expedición de la presente ley, una línea telefónica directa que servirá como punto de información para proveedores y usuarios de redes globales de información acerca de las implicaciones legales de su uso en relación con esta ley.

Así mismo, dentro del término arriba señalado, creará una página electrónica en las redes globales, a la cual puedan remitirse los usuarios para formular denuncias contra eventos de pornografía con menores de edad y para señalar las páginas electrónicas en las que se ofrezcan servicios sexuales con menores de edad o de pornografía con menores de edad, así como señalar a los autores o responsables de tales páginas.

En caso de que el Ministerio de Comunicaciones reciba por vía telefónica o electrónica denuncias que puedan revestir un carácter penal, las mismas deberán ser remitidas de inmediato a las autoridades competentes, con el fin de que adelanten la investigación que corresponda.

Artículo 10. Sanciones administrativas. El Ministerio de Comunicaciones tomará medidas a partir de las denuncias formuladas, y sancionará a los proveedores o servidores, administradores y usuarios responsables que operen desde territorio colombiano, sucesivamente de la siguiente manera:

1. Multas hasta de 100 salarios mínimos legales vigentes.
2. Cancelación o suspensión de la correspondiente página electrónica.

Para la imposición de estas sanciones se aplicará el procedimiento establecido en el Código Contencioso Administrativo con observancia del debido proceso y criterios de adecuación, proporcionalidad y reincidencia.

CAPITULO III

Personería procesal y acciones de sensibilización

Artículo 11. Personería procesal. Toda persona natural o jurídica tendrá la obligación de denunciar ante las autoridades competentes cualquier hecho violatorio de las disposiciones de la presente ley. Las asociaciones de padres de familia y demás organizaciones no gubernamentales cuyo objeto sea la protección de la niñez y de los derechos de los menores de edad, tendrán personería procesal para denunciar y actuar como parte en los procedimientos administrativos y judiciales encaminados a la represión del abuso sexual de menores de edad.

La Defensoría del Pueblo y las personerías municipales brindarán toda la asesoría jurídica que las asociaciones de padres de familia requieran para ejercer los derechos procesales a que se refiere este artículo. La omisión en el cumplimiento de esta obligación constituye falta disciplinaria gravísima.

Artículo 12. Medidas de sensibilización. Las autoridades de los distintos niveles territoriales y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, implementarán acciones

sancionado disciplinariamente como falta grave.

Artículo 32. Comisión Nacional de Policía. Dos (2) representantes de organizaciones no gubernamentales colombianas, cuyo objeto social comprenda la protección y defensa de menores de edad, tendrán asiento en la Comisión Nacional de Policía y Participación Ciudadana.

CAPITULO VII

Medidas penales

Artículo 33. Adiciónase el artículo 303 del Código Penal con el siguiente inciso. “Si el agente realizare cualquiera de las conductas descritas en este artículo con personas menores de catorce años por medios virtuales, utilizando redes globales de información, incurrirá en las penas correspondientes disminuidas en una tercera parte.”

Parágrafo transitorio. Tan pronto como entre en vigencia la Ley 599 de 2000 el presente artículo tendrá el número 209.

Artículo 34. Adiciónase un nuevo artículo al Código Penal, con el número 312A, del siguiente tenor:

Artículo 312A. Utilización o facilitación de medios de comunicación para ofrecer servicios sexuales de menores. El que utilice o facilite el correo tradicional, las redes globales de información, o cualquier otro medio de comunicación para obtener contacto sexual con menores de dieciocho (18) años, o para ofrecer servicios sexuales con éstos, incurrirá en pena de prisión de cinco (5) a diez (10) años, y multa de cincuenta (50) a cien (100) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Las penas señaladas en el inciso anterior se aumentarán hasta en la mitad (1/2) cuando las conductas se realizaren con menores de doce (12) años.

Parágrafo transitorio. Tan pronto como entre en vigencia la Ley 599 de 2000, el presente artículo tendrá el número 219A.

Artículo 35. Adiciónase un nuevo artículo al Código Penal, con el número 312B, del siguiente tenor:

Artículo 312B. Omisión de denuncia. El que, por razón de su oficio, cargo, o actividad, tuviere conocimiento de la utilización de menores para la realización de cualquiera de las conductas previstas en el presente capítulo y omitiere informar a las autoridades administrativas o judiciales competentes sobre tales hechos, teniendo el deber legal de hacerlo, incurrirá en multa de diez (10) a cincuenta (50) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Si la conducta se realizare por servidor público, se impondrá, además, la pérdida del

CAPITULO V

Medidas para prevenir y contrarrestar el turismo sexual

Artículo 16. Programas de promoción turística. Los prestadores de servicios turísticos enlistados en el artículo 62 de la Ley 300 de 1996, y las demás personas naturales o jurídicas que puedan generar turismo nacional o internacional, se abstendrán de ofrecer en los programas de promoción turística, expresa o subrepticamente, planes de explotación sexual de menores. Asimismo, adoptarán medidas para impedir que sus trabajadores, dependientes o intermediarios, ofrezcan orientación turística o contactos sexuales con menores de edad.

Parágrafo. El Ministerio de Desarrollo Económico exigirá a los prestadores de servicios turísticos que se acojan a compromisos o códigos de conducta, con el fin de proteger a los menores de edad de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros.

Los Códigos o compromisos de conducta serán radicados en el Ministerio de Desarrollo Económico en un término máximo de seis (6) meses contados a partir de la vigencia de la presente ley, y se les dará amplia divulgación.

Artículo 17. Deber de advertencia. Los establecimientos hoteleros o de hospedaje incluirán una cláusula en los contratos de hospedaje que celebren a partir de la vigencia de la presente ley, informando sobre las consecuencias legales de la explotación y el abuso sexual de menores de edad en el país.

Las agencias de viaje y de turismo incluirán en su publicidad turística información en el mismo sentido.

Las aerolíneas nacionales o extranjeras informarán a sus usuarios en viajes internacionales con destino Colombia acerca de la existencia de la legislación contra la explotación sexual de menores de edad.

Artículo 18. Inspección y vigilancia. El Ministerio de Desarrollo inspeccionará y controlará las actividades de promoción turística con el propósito de prevenir y contrarrestar la prostitución y el abuso sexual de menores de edad en el sector y sancionará a los prestadores de servicios turísticos involucrados.

Artículo 19. Infracciones. Además de las infracciones previstas en el artículo 71 de la Ley 300 de 1996, los prestadores de servicios turísticos podrán ser objeto de sanciones administrativas, sin perjuicio de las penales, cuando incurran en alguna de las siguientes conductas:

1. Utilizar publicidad que sugiera expresa o subrepticamente la prestación de servicios turísticos sexuales con menores de edad.
2. Dar información a los turistas, directamente o por intermedio de sus empleados, acerca de lu gares desde donde se coordinen o donde se presten servicios sexuales con menores de edad.

3. Conducir a los turistas a establecimientos o lugares donde se practique la prostitución de menores de edad.

4. Conducir a los menores de edad, directamente o por intermedio de sus empleados, a los sitios donde se encuentran hospedados los turistas, incluso si se trata de lugares localizados en altamar, con fines de prostitución de menores de edad.

5. Arrendar o utilizar vehículos en rutas turísticas con fines de prostitución o de abuso sexual con menores de edad.

6. Permitir el ingreso de menores a los hoteles o lugares de alojamiento y hospedaje, bares, negocios similares y demás establecimientos turísticos con fines de prostitución o de abuso sexual de menores de edad.

Artículo 20. Sanciones. El Ministerio de Desarrollo Económico impondrá las siguientes sanciones, de acuerdo con el procedimiento establecido para tal fin en la Ley 300 de 1996:

1. Multas hasta por trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes, que se destinarán al Fondo de Promoción Turística para los fines de la presente ley.
2. Suspensión hasta por noventa (90) días calendario de la inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
3. Cancelación de la inscripción en el Registro Nacional de Turismo que implicará la prohibición de ejercer la actividad turística durante cinco (5) años a partir de la sanción.

El Ministerio de Desarrollo Económico podrá delegar esta función de vigilancia y control en las entidades territoriales. Esta delegación, sin embargo, no excluye la responsabilidad del delegante por las acciones u omisiones de los delegatarios.

Parágrafo. Las personas naturales o jurídicas que hubieren sido sancionadas por violación a lo dispuesto en la presente ley, no podrán ser beneficiarias del Certificado de Desarrollo Turístico contemplado en el artículo 48 de la Ley 383 de 1997 y el Decreto 1053 de 1998.

Artículo 21. Fondo de Promoción Turística. Además de las funciones asignadas al Fondo de Promoción Turística creado por el artículo 42 de la Ley 300 de 1996, este tendrá por objeto financiar la ejecución de políticas de prevención y campañas para la erradicación del turismo asociado a prácticas sexuales con menores de edad, las cuales serán trazadas por el Ministerio de Desarrollo Económico en coordinación con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

Un porcentaje de los recursos del Fondo de Promoción Turística provenientes de la partida presupuestal que anualmente destina el Gobierno Nacional y el monto total de las multas que imponga el Ministerio de Desarrollo a los prestadores de servicios turísticos, según lo establecido en esta ley y en el numeral 2° del artículo 72 de la Ley 300 de 1996, se destinarán a este propósito. El Gobierno nacional reglamentará la materia.

