

Estrategias de productos turísticos sostenibles

Breve descripción:

Las estrategias que se requieren para identificar productos turísticos llevan a los interesados en el proceso de investigación al uso de herramientas en la elaboración de productos turísticos que propendan por un desarrollo sostenible resaltando factores ambientales, socioculturales y económicos que permitan satisfacer los visitantes con un conjunto de servicios y atractivos turísticos innovadores y únicos ofrecidos en paquetes turísticos.

Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
Introducción	1
1. Identificación del producto turístico	4
1.1. Actividades para identificar productos turísticos	4
1.2. Principios y objetivos de desarrollo sostenible aplicados al producto	7
1.3. Aplicar el modelo de turismo regenerativo al diseño del producto turístico.....	16
1.4. Estructuración y diseño del producto turístico.....	18
1.5. Diseño del paquete turístico	19
1.6. Marketing del paquete turístico	22
2. Valoración del producto turístico	26
2.1. Tipos de valoración del diseño del producto turístico	28
2.2. La evaluación del producto turístico	32
3. Calidad y competitividad turística	34
3.1. Análisis del ciclo del producto turístico en Colombia	35
3.2. Estrategias a aplicar en el producto turístico en Colombia.....	37
3.3. La innovación herramienta clave para el producto turístico.....	40
3.4. Análisis a los atributos del producto turístico	42

3.5. Evaluación a los aspectos de calidad turística en Colombia	45
3.6. Empatía turística	48
3.7. Como se elabora la propuesta de valor en el producto turístico	49
4. Consideraciones para analizar la capacidad de carga	53
4.1. Capacidad de Carga Turística (CCT)	53
4.2. Consideraciones básicas	55
5. La competitividad en el producto turístico desde las diferentes entidades .	57
5.1. Entidades públicas	57
5.2. Entidades privadas.....	58
5.3. Comité local y/o Juntas de Acción Comunal (JAC)	59
Síntesis	61
Material complementario.....	63
Glosario	64
Referencias bibliográficas	66
Créditos	69

Introducción

El desarrollo de un producto turístico implica identificar y aprovechar los recursos y atractivos de un destino, transformándolos en experiencias que generen valor para los visitantes. Este proceso debe responder a las necesidades de los turistas y estar alineado con las tendencias actuales del mercado. Para lograrlo, es crucial entender el contexto local, los intereses de los viajeros y las oportunidades que ofrece el entorno, tanto en términos culturales como naturales, y estructurarlo como un producto atractivo y viable.

En este sentido, la aplicación de los principios y objetivos de desarrollo sostenible (ODS) es fundamental. El turismo, como actividad económica, debe contribuir a la conservación del medio ambiente, el bienestar social y el desarrollo económico de las comunidades receptoras. Un producto turístico sostenible busca minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios para todas las partes interesadas, promoviendo la justicia social y la preservación de los recursos para las futuras generaciones.

La estructuración y diseño del producto turístico requiere de una planificación detallada que considere aspectos como la oferta de servicios, las actividades propuestas y la integración de elementos innovadores que lo hagan competitivo. Aquí, el marketing juega un papel clave, ya que permite comunicar de manera efectiva la propuesta de valor a los segmentos de mercado adecuados. La comercialización del producto a través de paquetes turísticos facilita la promoción de destinos y experiencias completas, mejorando la accesibilidad y satisfacción del cliente.

Finalmente, la evaluación del producto turístico es vital para garantizar su calidad y competitividad. La retroalimentación de los usuarios y el análisis de su desempeño permiten realizar mejoras continuas. Además, las diferentes entidades involucradas en el turismo, como gobiernos, empresas y organizaciones locales, desempeñan un rol esencial en el qué, para qué y cómo del turismo. Cada una debe coordinarse para garantizar un desarrollo armonioso, asegurando que los productos turísticos sean atractivos, sostenibles y beneficiosos tanto para los turistas como para las comunidades locales. Para comprender la importancia del contenido y los temas abordados, se recomienda acceder al siguiente video:

Video 1. Estrategias de productos turísticos sostenibles



[Enlace de reproducción del video](#)

Síntesis del video: Estrategias de productos turísticos sostenibles

En este componente formativo se exploran los procesos clave para identificar, diseñar y valorar productos turísticos sostenibles. Comienza con la identificación de actividades para determinar la viabilidad de los productos turísticos, aplicando principios de desarrollo sostenible. Además, incorpora el modelo de turismo regenerativo, que promueve la restauración de los recursos naturales y culturales, mientras se estructura y diseña un producto turístico innovador.

Se abordan las etapas de creación del paquete turístico y su comercialización a través de estrategias de marketing efectivas. La valoración del producto turístico se examina mediante la aplicación de diferentes tipos de evaluación, asegurando que los productos sean competitivos y de calidad. También se analizan los atributos del producto, la innovación como una herramienta clave y los aspectos fundamentales para garantizar la calidad turística en Colombia.

También, se estudian los elementos esenciales para analizar la capacidad de carga turística, garantizando el equilibrio entre la afluencia turística y la preservación de los recursos. Finalmente, se profundiza en la competitividad del producto turístico a través de la colaboración entre entidades públicas, privadas y comunitarias, como las Juntas de Acción Comunal (JAC), promoviendo el desarrollo turístico regional y sostenible. Este componente es esencial para comprender y aplicar estrategias efectivas en la industria del turismo.

1. Identificación del producto turístico

La identificación de productos turísticos consiste en reconocer y clasificar los recursos y servicios que conforman la oferta turística de un destino. Estos productos pueden ser culturales, naturales, gastronómicos o de aventura, entre otros, y deben tener características únicas que atraerán a los visitantes. La creación de un producto turístico implica transformar un recurso en una experiencia atractiva y comercializable, adaptada a las necesidades y expectativas del mercado.

Para identificar un producto turístico, es crucial analizar el entorno, los recursos disponibles, la infraestructura y la demanda potencial. Además, se debe tomar en cuenta la sostenibilidad y el impacto en la comunidad local. Una adecuada identificación y desarrollo de productos turísticos contribuye a la diferenciación de un destino, lo que puede aumentar su competitividad en el mercado global y atraer a diversos segmentos de turistas.

1.1. Actividades para identificar productos turísticos

La identificación y desarrollo de productos turísticos es un proceso estratégico que permite resaltar y valorar los recursos culturales, naturales y sociales de una región, impulsando el turismo de manera sostenible y significativa. Para lograrlo, se requiere de una serie de actividades que abarcan desde la investigación de mercado hasta la promoción y comercialización del destino:

- **Investigación de mercado**
 - ✓ **Análisis de la demanda:** se realiza para identificar los intereses y preferencias de los turistas potenciales, tanto nacionales como internacionales.

- ✓ **Segmentación del mercado:** se define para identificar segmentos de mercado atractivos, tales como turismo de aventura, ecoturismo o turismo cultural.
- ✓ **Competencia:** se lleva a cabo un análisis de productos turísticos similares en la región y su éxito en el mercado.
- **Inventario de recursos turísticos**
 - ✓ **Recursos naturales:** se incluyen elementos como montañas, ríos, parques naturales, playas (por ejemplo, el Parque Tayrona, la Sierra Nevada y el Amazonas) y otros accidentes geográficos.
 - ✓ **Patrimonio cultural:** comprende monumentos históricos, pueblos patrimoniales, festividades (por ejemplo, Cartagena, Villa de Leyva y Carnaval de Barranquilla), platos típicos que representan un atractivo turístico (como bandeja paisa, ajiaco y lechona) y expresiones culturales como tradiciones, música y bailes típicos (por ejemplo, cumbia, vallenato y joropo).
- **Análisis del entorno**
 - ✓ **Contexto socioeconómico:** se evalúa si la infraestructura turística (transporte, alojamiento y servicios) es adecuada o si requiere mejoras.
 - ✓ **Sostenibilidad:** se considera la capacidad de carga del destino para minimizar el impacto negativo del turismo.
 - ✓ **Seguridad:** se analizan las condiciones de seguridad para los turistas en la región.
 - ✓ **Políticas locales y nacionales:** se alinean los productos turísticos con las políticas de promoción de turismo del gobierno colombiano (por ejemplo, ProColombia).

- **Talleres y encuentros con la comunidad local**
 - ✓ **Participación comunitaria:** involucra a actores locales, como la comunidad, autoridades y empresarios, para identificar recursos, ideas y visiones sobre el turismo.
 - ✓ **Diagnóstico participativo:** la comunidad participa en la identificación de los atractivos más valiosos y en la definición de roles en el desarrollo del producto turístico.
- **Desarrollo de experiencias turísticas**
 - ✓ **Diseño de rutas temáticas:** se crean recorridos o itinerarios que destacan aspectos específicos del destino (por ejemplo, la ruta cafetera, la ruta de la biodiversidad o la ruta de las leyendas).
 - ✓ **Identificación de experiencias únicas:** se definen actividades que ofrecen una experiencia auténtica, como turismo vivencial, interacción con pueblos indígenas o avistamiento de fauna.
 - ✓ **Creación de paquetes turísticos:** se agrupan servicios como alojamiento, transporte y actividades coherentes con la experiencia turística deseada.
- **Validación del producto turístico**
 - ✓ **Prototipos de productos:** se crean y prueban prototipos de experiencias diseñadas con pequeños grupos de turistas.
 - ✓ **Retroalimentación:** se recogen las impresiones de los turistas para realizar ajustes y mejorar el producto.
- **Promoción y comercialización**
 - ✓ **Creación de marca:** se desarrolla una identidad visual y narrativa que resalte los valores y características únicas del producto.

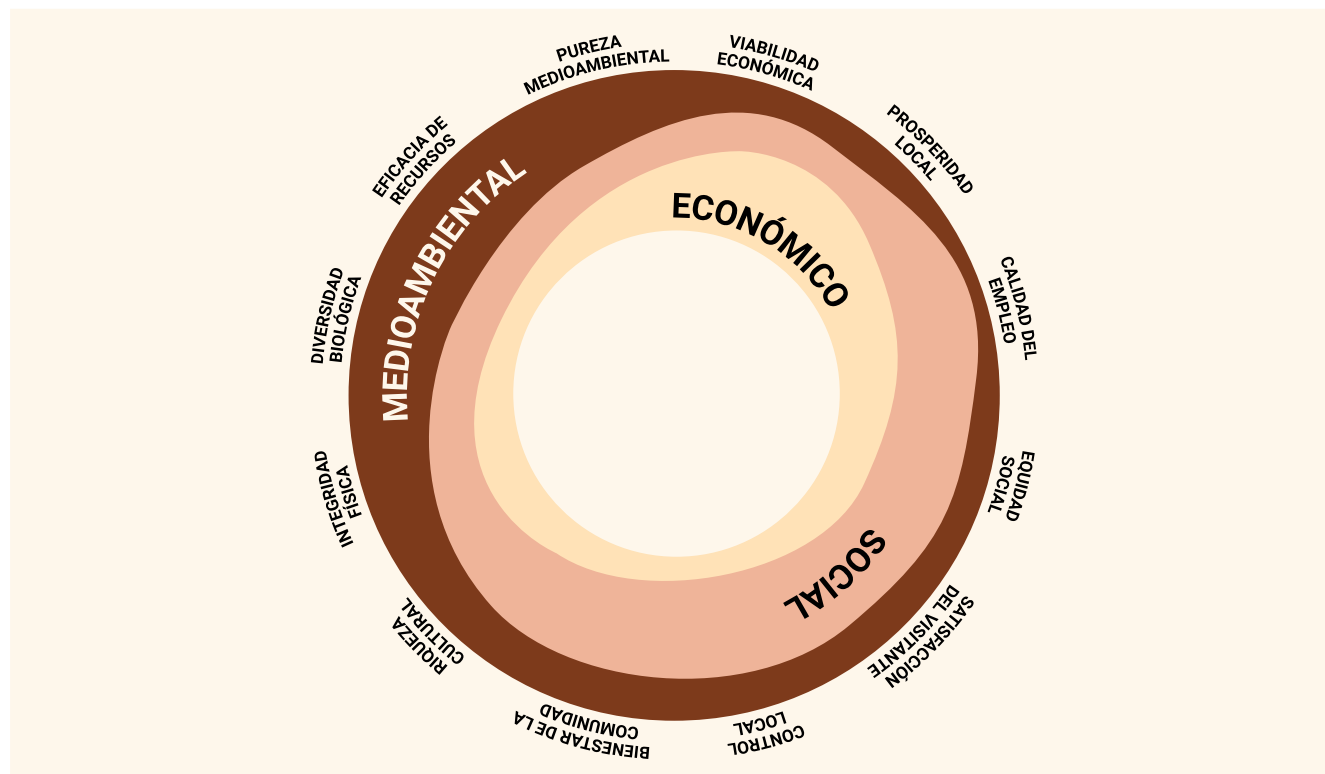
- ✓ **Canales de comercialización:** se establecen colaboraciones con agencias de viajes, plataformas de reserva en línea y promoción en ferias de turismo.
- **Ejemplos en Colombia:**
 - ✓ **Eje Cafetero:** se identifica el café como eje central del producto turístico, complementado por la biodiversidad, las fincas tradicionales y experiencias culturales.
 - ✓ **Amazonas:** se enfoca en el ecoturismo, el turismo de aventura y la conservación del patrimonio indígena.

Estas actividades contribuyen a definir un producto turístico que resulte atractivo para los visitantes, y que sea también sostenible y beneficioso para las comunidades locales.

1.2. Principios y objetivos de desarrollo sostenible aplicados al producto

Aplicar los principios de sostenibilidad en el diseño de productos turísticos implica integrar prácticas que minimicen los impactos negativos en el medio ambiente, promuevan beneficios sociales y económicos para las comunidades locales y ofrezcan una experiencia enriquecedora para los turistas. A continuación, se describe cómo aplicar estos principios en el diseño de un producto turístico:

Figura 1. Factores y dimensión de turismo y sostenibilidad. Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente



Nota. ResearchGate. (s.f.). Maximiliano E. Korstanje.

Factores y dimensión de turismo y sostenibilidad. Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente

Económico.

Social.

Medio ambiental.

Pureza medioambiental.

Viabilidad económica.

Prosperidad local.

Calidad del empleo.

Equidad social.

Satisfacción del visitante.

Control local.

Bienestar de la comunidad.

Riqueza cultural.

Integridad física.

Diversidad biológica.

Eficacia de recursos.

Para implementar un producto turístico sostenible, es fundamental considerar prácticas que respeten el entorno natural, cultural y social del destino. A continuación, se presentan los elementos clave de sostenibilidad que deben integrarse en el diseño del producto turístico, abarcando la conservación del medio ambiente, el apoyo a la economía local, el respeto cultural, y la educación de los turistas sobre prácticas responsables:

1. Conservación del medio ambiente

- ✓ **Minimización del impacto ambiental:** se eligen recursos y actividades que generen el menor impacto posible en los ecosistemas, lo cual

incluye el uso eficiente de energía y agua, además de una gestión adecuada de residuos.

- ✓ **Uso de recursos naturales sostenibles:** se utilizan materiales locales, renovables y ecológicos en el desarrollo de infraestructuras y productos turísticos.
- ✓ **Protección de la biodiversidad:** se diseñan actividades que respetan y protegen la flora y fauna locales, como tours de observación de fauna que sigan prácticas éticas o rutas de senderismo que no alteren los ecosistemas.

2. Beneficios sociales y económicos

- ✓ **Integración de la comunidad local:** se involucra a la comunidad en el diseño y gestión del producto turístico, empleando a residentes como guías o promotores y adquiriendo productos locales.
- ✓ **Fomento de la economía local:** se promueve que el turismo beneficie directamente a la economía local mediante la compra de productos artesanales, el uso de servicios locales y la inversión en proyectos comunitarios.
- ✓ **Desarrollo de capacidades locales:** se ofrece capacitación a los miembros de la comunidad para que participen activamente en la cadena de valor del turismo, fortaleciendo habilidades en hospitalidad o gestión de pequeños negocios turísticos.

3. Conservación cultural

- ✓ **Respeto y promoción de la cultura local:** se diseñan experiencias que respetan las tradiciones y valores culturales, evitando la explotación

cultural. Esto puede incluir talleres de artesanía local o visitas a comunidades que permitan una interacción respetuosa con los turistas.

- ✓ **Autenticidad en la experiencia turística:** se evita el turismo masivo que diluya las costumbres locales y se promueven experiencias que ofrezcan una inmersión auténtica en la cultura de la región.

4. Educación y sensibilización

- ✓ **Concientización ambiental y cultural:** se diseñan experiencias que sensibilicen a los turistas sobre la importancia de la sostenibilidad mediante charlas, paneles informativos o actividades interactivas que fomenten la conservación del entorno y la cultura local.
- ✓ **Promoción del turismo responsable:** se promueven prácticas de turismo responsable, como el respeto a normas locales, la reducción del uso de plásticos y el apoyo a la conservación de sitios naturales y culturales visitados.

5. Viabilidad económica a largo plazo

- ✓ **Eficiencia de recursos:** se asegura que el producto turístico sostenible sea financieramente viable a largo plazo, diseñando servicios rentables que también garanticen la longevidad de los recursos y la comunidad involucrada.
- ✓ **Diversificación de actividades:** se ofrecen actividades variadas para atraer a diferentes tipos de turistas durante todo el año, evitando la dependencia de temporadas altas que podrían sobrecargar los recursos naturales y humanos.

6. Gestión responsable del turismo

- ✓ **Capacidad de carga:** se respeta la capacidad de carga del destino, controlando la cantidad de visitantes para evitar la sobreexplotación de recursos naturales y culturales.
- ✓ **Monitorización y mejora continua:** se implementa un sistema de evaluación continua del impacto del producto turístico en el entorno natural, la comunidad y la economía, realizando ajustes para optimizar la sostenibilidad del proyecto.

Ejemplo de producto turístico sostenible: un producto turístico sostenible podría consistir en el diseño de una ruta de ecoturismo en una reserva natural, donde los visitantes participen en actividades como caminatas guiadas, lideradas por guías locales capacitados en conservación, talleres de artesanía con comunidades indígenas, y alojamiento en eco-lodges que utilicen energías renovables. Parte de los ingresos generados se destinaría a proyectos de reforestación y programas de educación ambiental para la comunidad local.

En este contexto, es importante destacar la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el diseño de productos turísticos. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible establece una guía global para lograr un desarrollo equilibrado que integre aspectos sociales, económicos y medioambientales. Aplicar estos objetivos al turismo permite crear experiencias responsables y sostenibles que beneficien tanto a los turistas como a las comunidades locales y al entorno natural.

Figura 2. Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible



Nota. Tomado de Naciones Unidas (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

1. Fin de la pobreza.
2. Hambre cero.
3. Salud y bienestar.
4. Educación de calidad.
5. Igualdad de género.
6. Agua limpia y saneamiento.
7. Energía asequible y no contaminante.
8. Trabajo decente y crecimiento económico.
9. Industria, innovación e infraestructura.

10. Reducción de las desigualdades.
11. Ciudades y comunidades sostenibles.
12. Producción y consumo responsables.
13. Acción por el clima.
14. Vida submarina.
15. Vida de ecosistemas terrestres.
16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
17. Alianzas para lograr los objetivos.

Algunos de los ODS más relevantes para el diseño de productos turísticos incluyen:

- **ODS5 - Igualdad de género**

Promoción de la igualdad de oportunidades mediante la creación de empleos equitativos para hombres y mujeres, y fomentando el liderazgo femenino en la gestión turística. Además, se pueden ofrecer experiencias que sensibilicen sobre la equidad de género.

- **ODS6 - Agua limpia y saneamiento**

Fomentar el uso responsable del agua mediante prácticas como la reutilización de aguas grises y el uso de instalaciones eficientes, además de asegurar que las actividades turísticas no afecten negativamente las fuentes de agua locales.

- **ODS7 - Energía asequible y no contaminante**

Incorporar energías renovables, como paneles solares, y promover la eficiencia energética en los alojamientos turísticos, además de educar a los visitantes sobre el uso responsable de la energía

- **ODS8 - Trabajo decente y crecimiento económico**

Apoyar el turismo local a través de empleos decentes en la cadena de valor turística y brindar capacitación a los trabajadores para fomentar su desarrollo profesional y la inclusión.

- **ODS11 - Ciudades y comunidades sostenibles**

Desarrollar experiencias que respeten la cultura y el patrimonio local, e integrarse en iniciativas de movilidad sostenible en áreas urbanas.

- **ODS12 - Producción y consumo responsables**

Diseñar productos que minimicen el uso de recursos naturales y promuevan el reciclaje y la reducción de residuos, así como sensibilizar a los turistas sobre prácticas responsables.

- **ODS13 - Acción por el clima**

Promover productos turísticos de baja emisión de carbono, como actividades de ecoturismo, y apoyar proyectos de restauración de ecosistemas y reforestación.

- **ODS14 - Vida submarina**

Implementar normas de conservación marina en actividades relacionadas con el mar y fomentar el ecoturismo marino para concienciar sobre la biodiversidad marina.

- **ODS15 - Vida de ecosistemas terrestres**

Diseñar experiencias que respeten la fauna y flora locales, fomentando la visita a áreas naturales protegidas y la educación sobre la importancia de los ecosistemas.

- **ODS1 y 10 - Reducción de las desigualdades y fin de la pobreza**

Incluir a comunidades vulnerables en la creación de productos turísticos, asegurando que obtengan beneficios económicos y fomentando la accesibilidad para todos.

Integrar los ODS en el diseño de productos turísticos no solo es una tendencia creciente, sino una necesidad para asegurar la sostenibilidad a largo plazo. A través de prácticas responsables, el sector turístico puede contribuir al bienestar de las comunidades locales y al cuidado del medio ambiente, ofreciendo experiencias enriquecedoras y conscientes a los viajeros.

1.3. Aplicar el modelo de turismo regenerativo al diseño del producto turístico

Para aplicar el modelo de turismo regenerativo al diseño de un producto turístico, se deben considerar principios que promuevan la restauración ambiental, el bienestar comunitario y una experiencia transformadora para el visitante. Este enfoque va más allá de la sostenibilidad, al enfocarse en regenerar tanto los ecosistemas como las economías y culturas locales, logrando así un turismo que contribuye positivamente a su entorno.

En este contexto, es importante destacar la aplicación de algunos pasos clave para integrar el turismo regenerativo en el diseño de productos turísticos:

- **Conexión profunda en el territorio**

Implica una investigación exhaustiva del entorno natural, identificando fragilidades y oportunidades de regeneración. Es esencial colaborar con ecólogos y expertos locales para asegurar que el turismo contribuya a la restauración del medio ambiente mediante prácticas como la reforestación y la limpieza de hábitats.

- **Colaboración con comunidades locales**

El diseño del producto debe ser co-creado con la comunidad local, promoviendo su empoderamiento económico y cultural. Incorporar prácticas que valoren la cultura local, como talleres de gastronomía y experiencias de arte, permite un desarrollo turístico que respeta y celebra el patrimonio cultural.

- **Experiencias transformativas para los turistas**

Se busca que los turistas se reconecten con la naturaleza y comprendan la importancia de la regeneración ambiental. Actividades como caminatas guiadas, ceremonias locales y educación ambiental ayudan a fomentar un compromiso consciente con la conservación.

- **Minimización del impacto ambiental**

La infraestructura debe ser ecológica, utilizando materiales sostenibles, energías renovables y prácticas de economía circular. Esto incluye el compostaje de residuos orgánicos y el uso de agua reutilizable, promoviendo un consumo responsable.

- **Monitorización y adaptación continua**

Es fundamental evaluar constantemente los impactos en la comunidad y el medio ambiente, adaptando el producto turístico a las necesidades cambiantes del entorno para garantizar su regeneración a largo plazo.

Ejemplo práctico: un eco-lodge regenerativo puede ofrecer actividades de reforestación, sistemas de agua de lluvia y alimentos locales, combinados con talleres de agricultura sostenible impartidos por la comunidad. Los turistas también pueden participar en proyectos de regeneración y aprender sobre la cultura local a través de experiencias significativas.

Aplicar el turismo regenerativo al diseño de productos turísticos fomenta una relación equilibrada entre el turista, la comunidad y el entorno natural, promoviendo un turismo que no solo reduce su impacto, sino que contribuye activamente a la regeneración y prosperidad de los ecosistemas y las personas involucradas.

1.4. Estructuración y diseño del producto turístico

En Colombia, el desarrollo y estructuración de productos turísticos se centran en maximizar la riqueza y diversidad natural, cultural e histórica que el país ofrece. Este proceso requiere una identificación exhaustiva de los atractivos clave en cada región, estableciendo qué tipo de turismo se adapta mejor a cada destino, ya sea ecoturismo, turismo cultural, de aventura, de bienestar, o de sol y playa, entre otros, a través de estos, se busca crear experiencias auténticas y significativas que resalten la identidad de cada lugar, generando una conexión memorable para los visitantes.

El diseño de estos productos incluye un análisis riguroso de mercado y una segmentación clara del perfil del turista, que abarca desde sus expectativas hasta sus

necesidades y preferencias. Igualmente, la sostenibilidad ocupa un lugar central, tanto para garantizar la preservación de los recursos naturales y culturales como para beneficiar a las comunidades locales, las alianzas entre el sector público y privado resultan esenciales para optimizar la infraestructura, mejorar la señalización y el transporte, y aumentar la promoción tanto a nivel nacional como internacional.

Los productos turísticos en Colombia siguen una lógica de circuitos que conectan destinos estratégicos y permiten explorar la autenticidad y diversidad de cada región. Estos circuitos no solo facilitan una experiencia integral y atractiva para el turista, sino que también promueven un turismo responsable.

Al implementar prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, se busca impactar positivamente a las comunidades locales, empoderándolas para que formen parte activa del desarrollo turístico. Así, Colombia se consolida como un destino versátil y vibrante, con un compromiso creciente hacia un turismo que respeta y preserva su riqueza natural y cultural para futuras generaciones.

Para profundizar sobre el tema, es importante conocer la estructuración y diseño del producto turístico, que se presenta a continuación:

Producto Turístico, haga clic en descargar para acceder al recurso Anexo 1.

Producto Turístico – Esquema de estructuración y diseño del producto turístico, ubicado en la carpeta anexos.

1.5. Diseño del paquete turístico

El diseño de un paquete turístico es un proceso estratégico que combina la atracción del producto, el análisis del mercado y la experiencia del cliente, con el objetivo de ofrecer una oferta competitiva y diferenciada. Este proceso integra

diferentes elementos que aseguran la calidad, viabilidad y atractivo del paquete. A continuación, se dan unos pasos clave tanto para la creación del paquete como para su promoción:

1. Identificación del producto turístico primer paso para desarrollar el paquete

- ✓ **Destino turístico:** playas, montañas, ciudades históricas.
- ✓ **Actividades:** excursiones, deportes, turismo cultural o gastronómico.
- ✓ **Servicios:** transporte, alojamiento, guías turísticos.

2. Investigación de mercado y definición del producto

- ✓ **Identificación del tipo de turismo:** aventura, cultural, naturaleza, gastronómico, bienestar, entre otros.
- ✓ **Análisis de la demanda:** evaluar el perfil de turistas interesados, nacionales e internacionales.
- ✓ **Estudio de la competencia:** revisar paquetes similares y sus características. Selección del destino: priorizar lugares atractivos como Cartagena, Medellín, San Andrés o el Eje Cafetero.

3. Diseño del itinerario

- ✓ **Duración del paquete:** establecer días y noches del viaje.
- ✓ **Actividades y sitios de interés:** incluir visitas guiadas, experiencias únicas y tiempo libre para explorar.
- ✓ **Balance en las actividades:** garantizar un equilibrio entre ocio y actividades programadas.

4. Segmentación del mercado objetivo

- ✓ **Demografía:** edad, género y nivel de ingresos.

- ✓ **Geografía:** enfoque nacional o internacional.
- ✓ **Psicografía:** intereses, estilos de vida y preferencias (lujo, aventura, ecológico).

5. Selección de proveedores

- ✓ **Alojamiento:** hoteles, eco-lodges, casas rurales, según el perfil del cliente
- ✓ **Alimentación:** incluir opciones gastronómicas locales o en el alojamiento.
- ✓ **Transporte:** aéreo, terrestre o marítimo, con traslados incluidos.
- ✓ **Guías turísticos:** personal capacitado, preferiblemente bilingüe.
- ✓ **Experiencias únicas:** actividades exclusivas como entradas a museos, parques o tours.
- ✓ **Otros servicios:** seguros de viaje, asistencia médica y permisos.

6. Fijación de precios y costeo

- ✓ **Costos fijos y variables:** transporte, alojamiento, comisiones y marketing.
- ✓ **Margen de ganancia:** establecer una ganancia razonable y competitiva.
- ✓ **Descuentos:** tarifas para grupos o temporadas bajas.
- ✓ **Valor añadido:** incluir servicios exclusivos o personalizados.

7. Legislación y permisos

- ✓ **Cumplir normativas legales:** inscripción en el Registro Nacional de Turismo (RNT), permisos de operación y seguros.
- ✓ **Bioseguridad y seguros:** garantizar medidas de salud y protección para los turistas.

Este enfoque permite diseñar paquetes turísticos que no solo sean atractivos para el mercado objetivo, sino que también promuevan un turismo sostenible, seguro y adaptado a las necesidades y expectativas del cliente.

1.6. Marketing del paquete turístico

La promoción de paquetes turísticos es un proceso integral que abarca desde la creación de estrategias publicitarias hasta el monitoreo de resultados. Estas estrategias buscan garantizar experiencias memorables para los turistas y posicionar los productos turísticos como opciones atractivas y sostenibles. A continuación, se presentan los elementos clave para desarrollar un plan de marketing exitoso:

Tabla 1. Elementos clave para desarrollar un plan de marketing exitoso

Estrategias de promoción y marketing	Gestión de reservas y atención al cliente	Monitoreo y evaluación	Sostenibilidad en el turismo
Material promocional: elaborar contenido visual y textual atractivo (folletos, videos y páginas web) que resalte las experiencias únicas del paquete.	Sistema de reservas: implementar plataformas digitales que permitan gestionar reservas de manera eficiente y accesible.	Opinión del cliente: recopilar comentarios para mejorar continuamente la oferta.	Prácticas responsables: incorporar iniciativas que minimicen el impacto ambiental, apoyen a las comunidades locales y promuevan el respeto cultural.
Segmentación del público objetivo: identificar	Servicio al cliente: ofrecer asistencia	Análisis financiero: revisar costos e ingresos	

Estrategias de promoción y marketing	Gestión de reservas y atención al cliente	Monitoreo y evaluación	Sostenibilidad en el turismo
canales de promoción adecuados, como redes sociales, plataformas de turismo (TripAdvisor o Booking), Google Ads y ferias de turismo.	personalizada y soporte antes, durante y después de la experiencia turística.	para garantizar la rentabilidad.	
Paquetes promocionales: ofrecer descuentos por reservas anticipadas, tarifas grupales y promociones de temporada alta o baja.		Adaptación a tendencias: ajustar los paquetes según las nuevas preferencias y necesidades del mercado.	

El éxito de un paquete turístico radica en su capacidad para captar la atención de los clientes potenciales y destacarse en un mercado altamente competitivo. Para lograrlo, es imprescindible desarrollar estrategias de marketing que combinen creatividad, impacto y efectividad. Estas estrategias no solo deben resaltar las características únicas del producto, sino también utilizar herramientas digitales, contenido visual atractivo y ofertas personalizadas para atraer y fidelizar a los turistas. A

continuación, se detallan acciones clave para garantizar la visibilidad y el posicionamiento estratégico del paquete turístico:

1. Propuesta de valor atractiva

- Destacar los beneficios únicos del paquete, como su exclusividad o personalización.
- Resaltar características diferenciadoras, como destinos exóticos o actividades únicas.

2. Uso de contenido visual

- Crear videos promocionales y fotografías de alta calidad que muestren las experiencias incluidas.
- Incorporar testimonios y reseñas de clientes satisfechos para generar confianza.

3. Marketing digital

- Optimizar la página web para atraer tráfico y facilitar reservas.
- Utilizar redes sociales (Facebook o Instagram) y campañas de Google Ads para aumentar el alcance.
- Implementar email marketing con ofertas personalizadas a través de newsletters.

4. Colaboraciones estratégicas

- Participar en plataformas de turismo como Expedia, Booking o TripAdvisor.
- Trabajar con influencers y bloggers de viajes para dar visibilidad al paquete.

5. Ofertas y promociones

- Ofrecer descuentos por reservas anticipadas o para grupos grandes.
- Crear promociones de temporada, como vacaciones de verano o Semana Santa.
- Establecer programas de fidelización para premiar a los clientes recurrentes.

6. Distribución del paquete

- Promover el paquete a través de agencias de viajes físicas y online.
- Colaborar con operadores turísticos para ampliar la oferta.
- Facilitar la venta directa a través del sitio web oficial.

7. Seguimiento y retroalimentación

- Solicitar reseñas para mejorar la reputación y atraer nuevos clientes.
- Recoger opiniones de los turistas para ajustar y mejorar el paquete.
- Realizar mejoras continuas basadas en las tendencias del mercado y las preferencias de los clientes.

Ejemplo práctico: un paquete turístico de aventura en la montaña podría diseñarse para incluir alojamiento en un hotel ecológico, transporte desde la ciudad principal, excursiones guiadas de senderismo, actividades emocionantes como escalada y rafting, además de comidas tradicionales que enriquezcan la experiencia cultural. Para promocionarlo, se pueden emplear estrategias como la difusión en redes sociales y blogs especializados en turismo de aventura, así como campañas publicitarias enfocadas en temporadas altas como el verano o festividades, maximizando su atractivo para los clientes potenciales.

Con una estrategia bien diseñada y ejecutada, el paquete no solo destacará en el mercado, sino que atraerá a los turistas ideales.

2. Valoración del producto turístico

La valoración del producto turístico es un proceso clave dentro de la gestión y desarrollo del sector, que permite analizar en profundidad la calidad, viabilidad y competitividad de una oferta turística. Este proceso no solo se enfoca en determinar el nivel de aceptación o demanda del producto, sino también en evaluar su capacidad para generar valor a largo plazo tanto para las empresas como para las comunidades locales. El análisis integral de un producto turístico abarca diversos aspectos que van desde la identificación detallada del producto y su propuesta de valor, hasta la evaluación de su impacto económico, ambiental y social, aspectos que son esenciales para su sostenibilidad.

La correcta valoración de un producto turístico implica no solo entender sus características intrínsecas, como el destino, los servicios ofrecidos y la infraestructura disponible, sino también la forma en que estos elementos interactúan con las expectativas y necesidades de los turistas. Además, es fundamental considerar la alineación del producto con las tendencias globales y las expectativas de los consumidores, que evolucionan constantemente. Evaluar la viabilidad del producto también involucra un análisis de su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado y su competencia, garantizando así su permanencia en el sector a largo plazo.

Este análisis profundo permite identificar fortalezas y debilidades, así como áreas de mejora que optimicen tanto la oferta como la experiencia del turista. De igual

manera, permite descubrir oportunidades y prever posibles amenazas, lo que facilita la toma de decisiones informadas para su mejora continua.

A continuación, se explican los pasos básicos para llevar a cabo una valoración eficaz:

- **Identificación del producto turístico**

Es fundamental definir con claridad el producto, ya sea un destino, servicio o combinación de ambos. Además, debe establecerse su propuesta de valor, destacando los atributos que lo hacen único o atractivo.

- **Análisis del entorno**

Se debe examinar el mercado objetivo y las tendencias del sector, identificando oportunidades y amenazas. También es necesario evaluar a la competencia directa e indirecta, así como el contexto socioeconómico del entorno.

- **Evaluación de la demanda**

Es importante analizar la demanda actual y potencial mediante estadísticas y patrones de comportamiento turístico. Asimismo, debe identificarse las preferencias, estacionalidad y segmentación del público.

- **Análisis de factores internos**

Debe revisarse la calidad y atractivo de los componentes del producto, tales como la infraestructura y los servicios. Además, se debe determinar la capacidad de innovación para mejorar la experiencia del turista.

- **Impacto económico y financiero**

Es necesario calcular la rentabilidad del producto, considerando ingresos y costos. También debe proyectarse la sostenibilidad financiera a largo plazo.

- **Sostenibilidad ambiental y social**

Se debe valorar el cumplimiento de prácticas responsables y su impacto en la comunidad local. Igualmente, es importante analizar los beneficios sociales, como el empleo y la inclusión.

- **Satisfacción del cliente**

Se recomienda realizar estudios sobre la experiencia del usuario para identificar posibles mejoras. También debe medirse la intención de recomendación (Net Promoter Score).

- **Análisis FODA y Benchmarking**

Es esencial identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del producto. Además, se debe realizar una comparación con referentes del sector para incorporar mejores prácticas.

- **Recomendaciones y plan de acción**

Con base en los resultados, se debe desarrollar un conjunto de estrategias que fortalezcan el producto, minimicen riesgos y aprovechen oportunidades.

Este enfoque integral asegura una evaluación completa, que fomente la toma de decisiones estratégicas para el desarrollo sostenible y exitoso del producto turístico.

2.1. Tipos de valoración del diseño del producto turístico

La valoración de un producto turístico es un proceso clave para evaluar su calidad, relevancia y capacidad de satisfacer las expectativas de los turistas. Existen diferentes tipos de valoraciones del diseño de productos turísticos que pueden enfocarse en diversos aspectos. A continuación, se presentan algunos de estos tipos:

Tabla 2. Valoraciones del diseño de productos turísticos

Tipo	Objetivos	Aspectos a considerar
Valoración funcional.	Evaluar si el producto turístico cumple con las funciones básicas que promete.	<p>Facilidad de acceso al destino.</p> <p>Eficiencia de los servicios (transporte, alojamiento y gastronomía).</p> <p>Cumplimiento de itinerarios o actividades programadas.</p> <p>Calidad del servicio al cliente.</p>
Valoración experiencial.	Medir la satisfacción del turista en cuanto a la experiencia vivida.	<p>Emociones y sensaciones generadas durante el viaje.</p> <p>Autenticidad del producto (cultura local, naturaleza e historia).</p> <p>Grado de personalización de la experiencia.</p> <p>Innovación en las actividades ofrecidas.</p>
Valoración económica.	Evaluar la relación entre el costo del producto turístico y el valor percibido.	<p>Costo-beneficio percibido por los turistas.</p> <p>Comparación de precios con productos similares.</p> <p>Rentabilidad para el proveedor de servicios turísticos.</p>

Tipo	Objetivos	Aspectos a considerar
		Impacto económico en la comunidad local.
Valoración sostenible.	Medir el impacto ambiental y social del producto turístico.	<p>Uso de recursos naturales y gestión de residuos.</p> <p>Contribución a la conservación del medio ambiente.</p> <p>Impacto en las comunidades locales (empleo y beneficios económicos).</p> <p>Implementación de prácticas responsables (uso de energías renovables y protección de la biodiversidad).</p>
Valoración cultural.	Evaluar la integración y promoción de la cultura local en el diseño del producto.	<p>Inclusión de elementos culturales auténticos en las actividades.</p> <p>Rescate y difusión de tradiciones locales.</p> <p>Participación de la comunidad en la oferta turística.</p> <p>Respeto por las sensibilidades culturales.</p>

Tipo	Objetivos	Aspectos a considerar
Valoración de accesibilidad.	Verificar si el producto turístico es accesible para todos los públicos, incluyendo personas con discapacidades o necesidades especiales.	<p>Infraestructura adaptada (hoteles, restaurantes y transporte).</p> <p>Disponibilidad de información clara y accesible.</p> <p>Capacitación del personal para atender a personas con necesidades especiales.</p> <p>Inclusión de actividades accesibles.</p>
Valoración de seguridad.	Evaluar las condiciones de seguridad del producto turístico.	<p>Medidas de seguridad implementadas (guías capacitados y equipos de seguridad).</p> <p>Información sobre riesgos naturales o sanitarios.</p> <p>Protocolos de emergencia o asistencia médica.</p>

Cada uno de estos tipos de valoración ofrece una perspectiva diferente sobre el diseño de los productos turísticos y, juntos, ayudan a entender cómo mejorar la oferta y satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los turistas.

2.2. La evaluación del producto turístico

La evaluación de un producto turístico implica analizar su calidad, relevancia, rentabilidad y satisfacción del cliente. Este proceso es crucial para mejorar el servicio y garantizar el éxito del producto en el mercado. A continuación, se describen los pasos comunes para llevar a cabo esta evaluación:

1. Definición de criterios de evaluación

- **Calidad del servicio:** incluye aspectos como la atención al cliente, la limpieza, la seguridad y la puntualidad.
- **Satisfacción del cliente:** se mide a través de encuestas, reseñas y comentarios de los visitantes.
- **Accesibilidad:** evalúa la facilidad con la que los turistas pueden acceder al producto, considerando la infraestructura, el transporte y la ubicación.
- **Sostenibilidad:** verifica si el producto cumple con criterios de sostenibilidad medioambiental, económica y sociocultural.
- **Originalidad y autenticidad:** analiza si el producto ofrece una experiencia única, diferenciada de otros en el mercado.

2. Recopilación de información

- **Encuestas de satisfacción:** preguntar a los turistas sobre su experiencia.
- **Comentarios y reseñas online:** analizar las opiniones en plataformas como TripAdvisor, Google Reviews, entre otras.
- **Observación directa:** supervisión del servicio en tiempo real por parte de expertos.
- **Datos financieros:** evaluar la rentabilidad del producto, analizando el costo de operación frente a los ingresos.

3. Análisis de la competencia

- **Benchmarking:** comparar el producto con la competencia, evaluando precios, servicios y experiencias similares.
- **Análisis de tendencias:** verificar si el producto está alineado con las tendencias turísticas actuales y futuras.

4. Medición del impacto económico

- **Contribución al destino:** evaluar cómo el producto contribuye a la economía local, incluyendo el empleo generado y los ingresos para los proveedores locales.
- **Retorno de la inversión (ROI):** comparar el dinero invertido con los ingresos generados.

5. Sostenibilidad y responsabilidad social

- **Impacto ambiental:** evaluar si el producto tiene un impacto positivo o negativo en el entorno natural.
- **Responsabilidad social:** analizar cómo el producto afecta a la comunidad local, desde el punto de vista cultural y económico.

6. Retroalimentación y ajustes

- **Evaluación periódica:** repetir la evaluación a intervalos regulares para garantizar la mejora continua.
- **Implementación de mejoras:** ajustar el producto en función de los resultados obtenidos, ya sea mejorando la experiencia del cliente, reduciendo costos o adaptando el producto a las tendencias emergentes.

Cada uno de estos pasos ayuda a identificar áreas de mejora, incrementar la satisfacción del cliente y asegurar la sostenibilidad y rentabilidad del producto turístico a largo plazo.

3. Calidad y competitividad turística

La calidad y competitividad turística en Colombia son factores clave para el desarrollo sostenible del sector. En un país con una gran diversidad natural y cultural, es fundamental ofrecer experiencias turísticas de alta calidad que atraigan y retengan a los visitantes. La calidad se refleja en el servicio, la infraestructura y la gestión eficiente de los destinos, mientras que la competitividad abarca la capacidad de diferenciarse en un mercado globalizado y cada vez más exigente (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MINCIT], 2020).

Colombia ha avanzado significativamente en la mejora de la calidad turística a través de diversas iniciativas, tales como la implementación de certificaciones de calidad y la profesionalización del sector. Estas acciones contribuyen a generar confianza entre los visitantes y fortalecen la imagen del país como un destino confiable. Sin embargo, el país enfrenta desafíos persistentes, como la mejora de la infraestructura, la seguridad y la sostenibilidad ambiental, aspectos cruciales para fortalecer su competitividad internacional.

El desarrollo de estrategias orientadas a la innovación, la promoción de destinos emergentes y la adaptación a las nuevas demandas del turismo responsable son esenciales para mantener la competitividad del país en este sector. Para ello, es fundamental que Colombia continúe invirtiendo en la capacitación del personal, el

fortalecimiento de la infraestructura turística y la implementación de prácticas sostenibles que respeten tanto el medio ambiente como las comunidades locales. Solo a través de una oferta turística de alta calidad y un enfoque integral que combine sostenibilidad, seguridad y cultura, el país podrá consolidarse como un destino atractivo y competitivo a nivel global (Bermúdez & Romero, 2022).

3.1. Análisis del ciclo del producto turístico en Colombia

El ciclo de vida del producto turístico en Colombia sigue las etapas clásicas: introducción, crecimiento, madurez y declive. Cada una de estas fases representa un momento crítico en el desarrollo del sector turístico, y su comprensión es esencial para garantizar la sostenibilidad y competitividad a largo plazo. A continuación, se describe cada fase del ciclo de vida del producto turístico en Colombia, analizando los avances y los desafíos que enfrenta el sector:

- **Introducción**

Durante la fase de introducción, Colombia comenzó a promocionarse activamente como destino turístico tras la mejora de la seguridad y estabilidad política en los años 2000. En este período, el país exploró mercados emergentes, destacándose el ecoturismo y el turismo cultural, áreas que respondían a la creciente demanda global por experiencias turísticas auténticas y sostenibles.

- **Crecimiento**

En la fase de crecimiento, Colombia experimentó un notable aumento en el número de visitantes, impulsado por campañas internacionales de promoción y la diversificación de la oferta turística (ecoturismo, turismo de aventura y turismo patrimonial). La reputación del país como destino

seguro y atractivo creció rápidamente, consolidándose como una opción privilegiada dentro de la región.

- **Madurez**

Actualmente, algunas de las zonas más populares, como Cartagena y el Eje Cafetero, han alcanzado un punto de saturación. El crecimiento ha sido moderado en comparación con años anteriores, lo que ha llevado a las autoridades a diversificar las estrategias turísticas, con el fin de evitar la dependencia de unos pocos destinos y fomentar el desarrollo de otras regiones del país.

- **Declive**

Aunque la fase de declive aún no ha afectado al producto turístico de Colombia de manera generalizada, algunos destinos ya enfrentan problemas de sostenibilidad debido a la sobreexplotación de recursos naturales y la falta de infraestructura adecuada. Si estos problemas no se gestionan de manera adecuada, podrían desencadenar el desgaste de la oferta turística, afectando la competitividad del país en el mercado global.

La clave para evitar el declive y asegurar un ciclo de vida exitoso para los productos turísticos colombianos radica en una gestión eficiente, responsable y sostenible. La diversificación de la oferta y la promoción de destinos emergentes, junto con una inversión constante en infraestructura, calidad de servicio y sostenibilidad, son elementos cruciales para mantener la competitividad de Colombia en el mercado turístico global. La correcta administración del ciclo de vida de los productos turísticos permitirá a Colombia seguir consolidándose como un destino atractivo y competitivo a nivel internacional.

3.2. Estrategias a aplicar en el producto turístico en Colombia

El desarrollo de productos turísticos en Colombia requiere la aplicación de estrategias diversificadas para aprovechar su riqueza natural, cultural e histórica. Las principales estrategias que se implementan en el país son las siguientes:

- **Diversificación de la oferta turística**

- ✓ **Turismo de naturaleza:** Colombia ha potenciado el ecoturismo y el turismo de aventura, aprovechando su biodiversidad. Lugares como la Amazonía, la Sierra Nevada de Santa Marta y el Parque Nacional Natural Tayrona son promovidos para atraer a amantes de la naturaleza.
- ✓ **Turismo cultural:** se han desarrollado rutas temáticas en torno a la cultura cafetera, el patrimonio indígena y afrocolombiano, y las tradiciones coloniales en ciudades como Cartagena, Bogotá, Villa de Leyva y Popayán.
- ✓ **Turismo de sol y playa:** en destinos como San Andrés, Providencia, Santa Marta y Cartagena se ha enfocado en el desarrollo de infraestructuras y promoción de playas paradisíacas.
- ✓ **Turismo comunitario:** las comunidades locales participan activamente en la oferta de experiencias auténticas, donde los turistas pueden vivir la vida cotidiana de las poblaciones indígenas y rurales.

- **Segmentación de mercados**

- ✓ **Mercados internacionales y nacionales:** se diseñan estrategias de promoción diferenciadas para atraer turistas de diferentes países,

como Estados Unidos, Europa y países vecinos de América Latina. A nivel nacional, también se busca fomentar el turismo interno.

- ✓ **Turismo especializado:** se trabaja en el desarrollo de productos para nichos como el turismo de lujo, turismo LGBT, turismo de bienestar y turismo religioso.
- **Fortalecimiento de la infraestructura**
 - ✓ **Conectividad:** inversiones en infraestructura de transporte, como la expansión de aeropuertos, mejora de carreteras y mayor conectividad con vuelos nacionales e internacionales.
 - ✓ **Calidad de los servicios:** implementación de normas y certificaciones de calidad turística para garantizar un nivel competitivo en los servicios ofrecidos, como la gastronomía, hoteles y guías turísticos.
- **Sostenibilidad y conservación**
 - ✓ **Turismo sostenible:** promoción de prácticas responsables y sostenibles para la preservación de los recursos naturales y culturales. Esto incluye la regulación de las actividades turísticas en áreas protegidas y la promoción del turismo responsable con bajo impacto ambiental.
 - ✓ **Protección del patrimonio:** fomento de la preservación de sitios históricos y culturales, como el Casco Antiguo de Cartagena o el Parque Arqueológico de San Agustín, que son de gran valor para el turismo cultural.
- **Promoción y marketing digital**
 - ✓ **Campañas internacionales:** a través de entidades como ProColombia, se realizan campañas de marketing para posicionar a Colombia como

un destino turístico de clase mundial. Un ejemplo destacado es la campaña “El riesgo es que te quieras quedar”, que promovió el país como un destino seguro y lleno de atractivos diversos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MINCIT], 2020).

- ✓ **Redes sociales y plataformas digitales:** utilización de redes sociales, blogs de viajes y colaboraciones con influencers para visibilizar los atractivos turísticos del país. También se emplean plataformas digitales para facilitar las reservas y ofrecer experiencias personalizadas.
- **Turismo de eventos y negocios**
 - ✓ **Turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions):** Colombia ha invertido en infraestructura y servicios para atraer eventos corporativos, conferencias internacionales y ferias comerciales. Ciudades como Bogotá y Medellín son destinos clave para este tipo de turismo.
- **Seguridad y confianza del viajero**
 - ✓ **Políticas de seguridad:** mejoras en la seguridad pública en zonas turísticas y en la percepción internacional sobre la seguridad del país, para garantizar una experiencia segura para los turistas.
 - ✓ **Salud y bienestar:** desarrollo de protocolos de bioseguridad, especialmente tras la pandemia de COVID-19, para garantizar la confianza del turista y una experiencia saludable.

Estas estrategias permiten a Colombia posicionarse como un destino turístico integral, que abarca desde experiencias de lujo hasta turismo ecológico y cultural, todo bajo un enfoque de sostenibilidad y promoción del patrimonio. La correcta

implementación de estas políticas asegura que el país pueda seguir siendo competitivo y atractivo para turistas de todo el mundo.

3.3. La innovación herramienta clave para el producto turístico

La innovación en el producto turístico de Colombia es esencial para mantener la competitividad en un mercado que se encuentra en constante cambio. A continuación, se presentan algunos aspectos clave que contribuyen a esta transformación:

- **Tecnología y digitalización**

La sostenibilidad se ha convertido en una prioridad en la innovación turística. Se promueven prácticas que minimizan el impacto ambiental, apoyan el desarrollo de las comunidades locales y conservan la biodiversidad. Colombia, con su vasta riqueza natural, ha apostado por productos turísticos que respetan el medio ambiente, tales como el ecoturismo, el agroturismo y el turismo comunitario, lo que permite ofrecer experiencias que son tanto atractivas como responsables.

- **Sostenibilidad**

La sostenibilidad se ha convertido en una prioridad en la innovación turística. Se promueven prácticas que minimizan el impacto ambiental, apoyan el desarrollo de las comunidades locales y conservan la biodiversidad. Colombia, con su vasta riqueza natural, ha apostado por productos turísticos que respetan el medio ambiente, tales como el ecoturismo, el agroturismo y el turismo comunitario, lo que permite ofrecer experiencias que son tanto atractivas como responsables.

- **Desarrollo de experiencias auténticas**

La creación de experiencias auténticas y personalizadas es una tendencia creciente. Los turistas buscan más que un simple recorrido; desean conectarse profundamente con la cultura, la historia y las tradiciones locales. Innovar en este aspecto significa desarrollar productos que vayan más allá de lo convencional, como el turismo cultural, gastronómico y de bienestar, proporcionando vivencias únicas y enriquecedoras.

- **Turismo rural y de naturaleza**

Aprovechando la diversidad geográfica y cultural del país, se han creado productos turísticos en zonas menos exploradas, promoviendo el turismo rural y de naturaleza. La infraestructura adecuada y las experiencias de bajo impacto ambiental, como el senderismo, la observación de aves y las visitas a parques nacionales, están contribuyendo a un turismo más sostenible y en contacto directo con la naturaleza.

- **Segmentación y especialización**

Innovar también significa diversificar la oferta para atender nichos específicos de mercado. Esto incluye el turismo de aventura, el turismo de bienestar, el turismo LGBT+ y otros segmentos que requieren productos adaptados a sus intereses particulares. La creación de estos productos especializados permite atraer nuevos mercados y fidelizar a los turistas con propuestas más personalizadas.

- **Colaboración público-privada**

La colaboración entre el sector público y privado ha sido fundamental para el desarrollo de productos turísticos innovadores. Estas alianzas han facilitado el desarrollo de infraestructura, la capacitación de personal y la

implementación de políticas que mejoran la experiencia del turista y posicionan a Colombia como un destino de calidad.

- **Sistemas de calidad y certificaciones**

El establecimiento de productos turísticos certificados, como el sello de calidad turística, y la adopción de estándares internacionales en la oferta turística de Colombia, ayudan a fortalecer la confianza de los viajeros. Esto es especialmente relevante en el ámbito de la sostenibilidad, donde las certificaciones garantizan el compromiso con el respeto al medio ambiente y la cultura local.

- **Diversificación de destinos**

Además de los destinos tradicionales como Cartagena y Bogotá, Colombia ha apostado por diversificar su oferta turística. Destinos como el Amazonas, el Eje Cafetero o la región del Pacífico han ganado popularidad, ofreciendo experiencias únicas y menos masificadas que permiten a los turistas descubrir el país desde una perspectiva diferente y más auténtica.

Estas estrategias no solo buscan atraer a un mayor número de turistas, sino también mejorar su experiencia, fomentar un turismo más sostenible y consolidar a Colombia como un destino turístico innovador en el panorama global.

3.4. Análisis a los atributos del producto turístico

El análisis de los atributos del destino para un producto turístico es clave para desarrollar una estrategia eficaz de comercialización y posicionamiento. Estos atributos representan las características distintivas que hacen atractivo a un destino para los turistas. El proceso de análisis incluye varios pasos, y estos son algunos de los enfoques más comunes:

1. Identificación de los atributos clave

Los atributos del destino pueden variar según el tipo de turismo (cultural, de aventura, de playa, gastronómico, etc.). Algunos atributos comunes incluyen:

- **Belleza natural:** paisajes, playas, montañas y parques naturales.
- **Infraestructura turística:** hoteles, restaurantes, transporte y accesibilidad.
- **Atractivos culturales:** museos, sitios históricos, festivales y eventos.
- **Clima:** estaciones favorables para visitar.
- **Seguridad:** percepción de seguridad y tranquilidad.
- **Hospitalidad local:** trato de la gente y calidad del servicio.
- **Sostenibilidad:** impacto ambiental y prácticas sostenibles.

2. Evaluación de la percepción del turista

Es fundamental entender cómo los turistas perciben estos atributos. Para esto se pueden utilizar encuestas, entrevistas o análisis de reseñas en plataformas como TripAdvisor o Google Reviews. La percepción puede incluir tanto atributos tangibles (infraestructura) como intangibles (experiencia emocional y autenticidad).

3. Marketing digital

Un análisis competitivo ayuda a ver cómo se posiciona un destino frente a otros. Esto implica comparar los atributos del destino en cuestión con los de destinos similares o competidores directos. Se evalúa qué ventajas competitivas tiene un destino sobre otro, y dónde existen oportunidades de mejora.

4. Análisis de datos cualitativos y cuantitativos

- **Datos cualitativos:** provienen de entrevistas y comentarios de los turistas, y sirven para entender la calidad percibida de los atributos del destino.
- **Datos cuantitativos:** incluyen estadísticas de visitas, ocupación hotelera, gasto promedio por turista, estacionalidad, entre otros.

5. Ofertas y promociones

Diferentes grupos de turistas valoran atributos distintos. Por ejemplo, los turistas jóvenes pueden priorizar actividades de aventura, mientras que los turistas mayores podrían preferir destinos más tranquilos y con buena infraestructura de servicios. Identificar segmentos de mercado permite personalizar la promoción del destino según las preferencias.

6. Análisis DOFA del destino

La matriz DOFA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es útil para identificar los puntos fuertes y débiles del destino, así como las oportunidades que pueden aprovecharse y las amenazas que deben gestionarse. Esto incluye evaluar tanto atributos tangibles como intangibles.

7. Reputación y marketing de destino

La reputación del destino juega un papel importante. Aquí se analiza cómo los atributos del destino están siendo promovidos y percibidos en los mercados emisores. El marketing puede resaltar ciertos atributos que no son evidentes o que pueden mejorar la competitividad del destino.

8. Sostenibilidad y responsabilidad social

Un análisis moderno de los atributos del destino también debe considerar la sostenibilidad. Cada vez más turistas buscan destinos que tengan prácticas sostenibles y de bajo impacto ambiental. Este atributo puede ser decisivo para ciertos segmentos de viajeros.

El análisis de los atributos del destino para un producto turístico es multidimensional y requiere un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo. Entender la percepción del turista, comparar con competidores y hacer un análisis detallado de los puntos fuertes y débiles del destino son pasos esenciales para diseñar un producto turístico atractivo y competitivo.

3.5. Evaluación a los aspectos de calidad turística en Colombia

En Colombia, la calidad turística se evalúa a través de diversos aspectos que buscan garantizar una experiencia segura y satisfactoria para los visitantes, alineándose con estándares tanto nacionales como internacionales. A continuación, se detallan los aspectos clave:

- **Servicios de alojamiento**
 - ✓ **Calidad del servicio:** implica atención al cliente, amabilidad, rapidez y efectividad en la respuesta a las necesidades del turista.
 - ✓ **Instalaciones y comodidades:** incluye la limpieza, el mantenimiento, la seguridad y el confort de los establecimientos como hoteles, hostales y alojamientos rurales.
 - ✓ **Certificaciones:** el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales (NTS), es fundamental para asegurar estándares de calidad en hoteles, agencias de viajes y operadores turísticos.

- **Restauración y gastronomía**

Fomentar el uso responsable del agua mediante prácticas como la reutilización de aguas grises y el uso de instalaciones eficientes, además de asegurar que las actividades turísticas no afecten negativamente las fuentes de agua locales.

- **Transporte turístico**

- ✓ **Seguridad y confort:** evaluación del estado de los vehículos y las condiciones de seguridad en el transporte terrestre, aéreo y marítimo.
- ✓ **Cumplimiento de itinerarios:** puntualidad en los tiempos de traslado y las conexiones entre destinos turísticos.
- ✓ **Atención al cliente:** calidad del servicio ofrecido por conductores y operadores de transporte.

- **Guías turísticas**

- ✓ **Conocimientos y formación:** la capacitación en historia, cultura, geografía y otros aspectos del destino turístico es esencial para los guías.
- ✓ **Trato al turista:** implica una actitud amigable, profesionalismo y habilidades de comunicación efectivas.
- ✓ **Idiomas:** competencia en varios idiomas para atender a turistas internacionales.

- **Actividades y experiencias turísticas**

- ✓ **Variedad y autenticidad:** ofrecimiento de actividades que reflejan la identidad local, como turismo cultural, recreativo y de aventura.
- ✓ **Sostenibilidad:** implementación de prácticas responsables con el medio ambiente y las comunidades locales.

- ✓ **Seguridad:** garantía de seguridad en actividades como senderismo, deportes acuáticos y ecoturismo.
- **Infraestructura**
 - ✓ **Accesibilidad:** condiciones de las vías de acceso, como carreteras, aeropuertos y transporte local.
 - ✓ **Señalización:** información clara en sitios turísticos, incluyendo señalización en varios idiomas.
 - ✓ **Infraestructura tecnológica:** conexión a internet, servicios móviles y plataformas digitales para facilitar la experiencia del turista.
- **Atención al cliente y hospitalidad**
 - ✓ **Cordialidad y trato:** la actitud de servicio desde todos los involucrados en la atención al turista, desde el personal de hoteles hasta los guías locales.
 - ✓ **Solución de quejas:** mecanismos eficaces para resolver cualquier inconveniente que surja durante la visita.
- **Sostenibilidad y responsabilidad social**
 - ✓ **Protección del medio ambiente:** implementación de prácticas de turismo sostenible, como energías renovables, manejo de residuos y respeto por la biodiversidad.
 - ✓ **Compromiso con las comunidades locales:** asegurar que las comunidades se beneficien económicamente y socialmente del desarrollo turístico.

- **Promoción y marketing**
 - ✓ **Información precisa:** proveer información veraz sobre lo que el turista puede esperar en su experiencia.
 - ✓ **Accesibilidad a la información:** disponibilidad de información en línea y en diversos idiomas para facilitar la planificación de los viajes.
- **Normatividad y certificaciones**
 - ✓ **Cumplimiento de normas técnicas:** las Normas Técnicas Sectoriales (NTS) y las certificaciones de calidad turística son cruciales para asegurar una experiencia de calidad.
 - ✓ **Certificaciones internacionales:** programas como "Bandera Azul" para playas y "Green Globe" para sostenibilidad en turismo son ejemplos de la participación en estándares internacionales.

Estos aspectos son esenciales para que Colombia mantenga y mejore su reputación como destino turístico, ofreciendo una combinación de sostenibilidad, autenticidad y altos estándares de calidad en el servicio.

3.6. Empatía turística

La empatía turística en Colombia se refiere a la capacidad de los habitantes, las empresas y las instituciones vinculadas al sector turístico para comprender, valorar y adaptarse a las necesidades y expectativas de los turistas, tanto nacionales como internacionales. Implica una actitud receptiva y respetuosa hacia los visitantes, basada en el entendimiento cultural, la preservación del entorno y la hospitalidad, con el objetivo de ofrecer experiencias enriquecedoras y auténticas que promuevan el respeto mutuo.

Debido a la diversidad cultural, étnica y geográfica de Colombia, la empatía turística es de particular importancia, ya que el país atrae a turistas interesados en explorar su patrimonio natural, histórico y cultural. Fomentar la empatía turística no solo implica brindar un servicio de alta calidad, sino también entender y respetar las diferencias culturales, costumbres y expectativas de los turistas. Esto, a su vez, promueve un turismo más responsable y sostenible.

Además, la empatía turística juega un papel crucial en la creación de conexiones auténticas y positivas entre los visitantes y las comunidades locales. Este enfoque contribuye a mejorar la percepción internacional de Colombia, al mismo tiempo que ayuda a reducir malentendidos o conflictos derivados de las diferencias culturales. En última instancia, la empatía turística fortalece el vínculo entre los turistas y las comunidades, fomentando una experiencia más enriquecedora para ambos.

3.7. Como se elabora la propuesta de valor en el producto turístico

Elaborar una propuesta de valor en un producto turístico en Colombia implica identificar los elementos únicos que diferencian la oferta turística y que resultan atractivos para el cliente. A continuación, se detallan los pasos clave para construir una propuesta de valor efectiva:

1. Conocer el mercado y los clientes objetivos

Una propuesta de valor efectiva debe abordar las necesidades o deseos de los turistas. Debe responder a preguntas clave como: ¿Cómo puede este producto hacer que el viaje del turista sea más memorable, cómodo o auténtico? Es importante pensar en experiencias personalizadas que se adapten a las diferentes necesidades de los turistas, como grupos

pequeños, familias, aventureros, o viajeros individuales. Esto garantizará que la oferta sea atractiva y relevante para una variedad de públicos.

2. Identificar los atributos únicos del destino o servicio

Colombia es un país con una rica diversidad natural y cultural. Los recursos naturales, como selvas, montañas, playas, y su diversidad cultural (pueblos indígenas, gastronomía, patrimonio histórico), son algunos de los elementos clave que deben destacarse en la propuesta de valor. Definir qué hace único al destino o servicio es esencial. ¿Es una experiencia en el Amazonas?, ¿Un recorrido gastronómico por Cartagena?, y ¿O un tour de avistamiento de aves en el Eje Cafetero? Identificar estos elementos diferenciadores es fundamental.

3. Desarrollar una oferta centrada en el cliente

La propuesta de valor debe centrarse en resolver las necesidades y deseos de los turistas. Para esto, es importante pensar en cómo se puede hacer que su experiencia sea más memorable, cómoda o auténtica. Además, es importante ofrecer experiencias personalizadas que se adapten a las necesidades de diferentes grupos de turistas: desde solitarios hasta grandes grupos o familias. Esta personalización ayuda a mejorar la satisfacción del cliente.

4. Establecer beneficios claros

Una propuesta de valor efectiva debe resaltar tanto los beneficios funcionales como los emocionales. Los beneficios funcionales son tangibles, como la accesibilidad del destino, la calidad de la infraestructura o la facilidad de reservas. Por otro lado, los beneficios emocionales están relacionados con las experiencias transformadoras que los turistas buscan,

como la sensación de aventura o el descubrimiento cultural. Es esencial destacar cómo la relación calidad-precio beneficia al turista, subrayando que no se trata solo de ser el más barato, sino de ofrecer una experiencia que justifique el costo.

5. Destacar la sostenibilidad

En un país como Colombia, conocido por su biodiversidad, es vital incorporar prácticas sostenibles en la propuesta de valor. Muchos turistas, especialmente los que practican ecoturismo, buscan experiencias que respeten el medio ambiente y las comunidades locales. La sostenibilidad no solo es un beneficio para el entorno, sino que también puede ser un diferenciador clave en la propuesta de valor.

6. Comunicación efectiva

Una vez que se tiene clara la propuesta de valor, es esencial comunicarla de manera efectiva. Utilizar slogans atractivos, descripciones breves y creativas que resuman lo que hace único el producto turístico. Además, es importante utilizar canales de marketing digital, como sitios web, redes sociales y plataformas de reservas, para difundir la propuesta a un público más amplio.

7. Ejemplo de propuesta de valor

- ✓ **Calidad del servicio: Producto:** Eco-turismo en la Sierra Nevada de Santa Marta.
- ✓ **Satisfacción del cliente: Propuesta de valor:** "Explora la cultura ancestral de los indígenas Kogui mientras disfrutas de la biodiversidad única de la Sierra Nevada, todo en una experiencia eco-sostenible que respeta el entorno natural y cultural. Vive una aventura auténtica que

transforma tu perspectiva, mientras apoyas la conservación del medio ambiente y las comunidades locales."

Este ejemplo resume los pasos anteriores, mostrando cómo identificar atributos únicos (como la cultura Kogui y la biodiversidad de la Sierra Nevada), desarrollar beneficios emocionales (aventura auténtica, conexión con la naturaleza), y resaltar la sostenibilidad (respeto por el entorno y las comunidades locales). Sirve como un modelo para construir propuestas de valor que atraigan tanto a turistas nacionales como internacionales.

8. Validar la propuesta

Una vez desarrollada la propuesta de valor, es crucial validarla con clientes reales. Esto puede hacerse mediante encuestas, pruebas de producto o feedback directo. Esta retroalimentación es fundamental para ajustar y mejorar la oferta, asegurando que cumpla con las expectativas del mercado objetivo.

4. Consideraciones para analizar la capacidad de carga

Para analizar la capacidad de carga turística, la carga física y la carga real en un producto turístico, es esencial evaluar factores ambientales, sociales y económicos. Este análisis permite determinar cuántas personas pueden disfrutar de una atracción sin causar un impacto negativo significativo, garantizando la sostenibilidad del destino y la calidad de la experiencia turística. A continuación, se presentan las principales consideraciones y fórmulas aplicadas a contextos turísticos en Colombia.

4.1. Capacidad de Carga Turística (CCT)

La capacidad de carga turística se refiere al número máximo de visitantes que pueden estar presentes en un lugar sin afectar negativamente el entorno natural o cultural. Esta se clasifica en:

- **Capacidad de Carga Física (CCF)**

Máximo número de visitantes que pueden estar presentes físicamente en un área sin generar problemas.

- **Capacidad de Carga Real (CCR)**

Ajusta la capacidad física considerando factores correctores, como condiciones climáticas o fragilidad del ecosistema.

- **Capacidad de Carga Efectiva (CCE)**

Incluye factores de gestión, como servicios disponibles y capacidad de control del sitio.

La capacidad de carga turística se calcula utilizando fórmulas que consideran distintos niveles de análisis, desde lo físico hasta lo práctico y efectivo. Estas fórmulas permiten tomar decisiones informadas y garantizar la sostenibilidad de un destino

turístico. A continuación, se explican las fórmulas utilizadas para calcular la capacidad de carga física, real y efectiva, junto con un ejemplo detallado aplicado a un destino turístico en Colombia:

- **Capacidad de Carga Física (CCF)**

$$CCF = A / U$$

Donde:

A: Área disponible para uso turístico (en m²).

U: Espacio requerido por persona (en m²/persona).

Ejemplo, en una playa de Santa Marta con 2.000 m² disponibles y un espacio necesario de 4 m² por persona:

$$CCF = 2000 / 4 = 500$$

Esto indica que físicamente la playa puede albergar hasta 500 personas simultáneamente.

- **Capacidad de Carga Real (CCR)**

$$CCR = CCF \times (1 - \sum Fi)$$

Donde:

Fi: Factores limitantes (clima, accesibilidad y fragilidad del ecosistema).

Ejemplo, si el clima limita el acceso el 30 % del tiempo:

$$CCR = 500 \times (1 - 0.30) = 350$$

En promedio, la playa podría recibir hasta 350 personas considerando las condiciones climáticas.

- **Capacidad de Carga Efectiva (CCE)**

$$CCR = CCF \times (1 - \sum Fg)$$

Donde:

Fg: Factores de gestión (infraestructura, servicios, personal).

Ejemplo, si los servicios cubren al 80 % de los turistas:

$$CCE = 350 \times (1 - 0.20) = 280$$

Este sería el número máximo de turistas que la playa podría recibir diariamente.

4.2. Consideraciones básicas

El análisis de la capacidad de carga turística, física y real requiere una evaluación detallada de factores clave que aseguren el equilibrio entre la preservación de los recursos y la calidad de la experiencia turística. Estas consideraciones básicas permiten establecer límites claros para el uso sostenible de los destinos, evitando impactos negativos sobre el entorno, la comunidad local y los propios visitantes. A continuación, se presentan los aspectos esenciales a tener en cuenta:

- **Características del entorno**

La fragilidad del ecosistema y la biodiversidad influyen directamente en la capacidad de un lugar para recibir visitantes. Es fundamental identificar si el destino posee áreas sensibles que requieren protección especial, como hábitats únicos o especies en peligro de extinción. Por ejemplo, en el Parque Nacional Natural Tayrona, el exceso de turistas podría afectar la vegetación y la fauna nativa, haciendo necesario limitar la afluencia.

- **Infraestructura disponible**

La capacidad y calidad de los servicios, como baños, rutas de acceso, manejo de residuos y transporte, son cruciales para definir la capacidad de carga efectiva. En lugares como el Parque Nacional Natural Los Nevados,

donde las rutas de senderismo y los servicios de alojamiento son limitados, es indispensable planificar cuidadosamente el número de visitantes para evitar colapsos o deterioro del entorno.

- **Condiciones climáticas**

Factores como la temporada de lluvias, temperaturas extremas o tormentas pueden limitar el acceso a ciertos destinos o afectar la seguridad de los turistas. Un ejemplo es Caño Cristales, en la Serranía de la Macarena, donde las restricciones de acceso durante la temporada de lluvias protegen el suelo de la erosión y garantizan la conservación del ecosistema.

- **Capacidad de gestión**

Contar con personal capacitado y recursos suficientes para regular las actividades turísticas es esencial. Guías oficiales, personal de seguridad y equipos de monitoreo ayudan a garantizar que las actividades se realicen de forma organizada y responsable. En la Ciudad Perdida, ubicada en la Sierra Nevada de Santa Marta, el control de acceso y la presencia de guías certificados son claves para mantener el equilibrio entre turismo y conservación.

Estas consideraciones no solo aseguran la sostenibilidad de los destinos, sino que también mejoran la experiencia del turista al garantizar entornos bien gestionados y respetuosos con la naturaleza y las comunidades locales. En Colombia, donde la diversidad de ecosistemas es un atractivo clave, una planificación adecuada basada en

estas consideraciones es crucial para evitar la sobreexplotación y fomentar un turismo responsable.

5. La competitividad en el producto turístico desde las diferentes entidades

La competitividad del turismo se potencia cuando estos tres actores trabajan de manera conjunta. La colaboración público-privada permite desarrollar proyectos de gran envergadura, mientras que la integración de las comunidades asegura que el desarrollo turístico respete las características locales y sea sostenible. Este enfoque integrado no solo mejora la percepción del destino entre los turistas, sino que también fortalece la economía local y promueve un desarrollo equilibrado, posicionando al turismo como una herramienta clave para el progreso social y económico en Colombia.

5.1. Entidades públicas

Las instituciones gubernamentales son fundamentales en la creación de un entorno regulado y propicio para el desarrollo turístico. Su influencia abarca:

- **Planificación estratégica**

Diseñan planes de desarrollo turístico que identifican fortalezas y debilidades de los destinos, alineando los recursos con objetivos sostenibles y competitivos. En Colombia, planes como el Plan Sectorial de Turismo son ejemplos claros de esta acción.

- **Regulación y normatividad**

Garantizan el cumplimiento de estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad mediante normativas claras que beneficien tanto a los turistas como a las comunidades locales.

- **Fomento a la conectividad**

Impulsan la construcción de carreteras, aeropuertos y vías de acceso, mejorando la conectividad interna y externa del destino, lo que incrementa su atractivo.

- **Promoción de alianzas estratégicas**

Facilitan la coordinación entre diferentes actores, fomentando redes de colaboración para el desarrollo turístico integral.

- **Incentivos económicos**

Proveen subsidios, préstamos o beneficios fiscales para proyectos que promuevan el turismo responsable y sostenible.

Ejemplo: en Colombia, Cartagena de Indias es un ejemplo claro de cómo las entidades públicas fortalecen la competitividad turística. Corpoturismo y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo han impulsado el Plan Maestro de Turismo, que combina la conservación del patrimonio histórico con mejoras en infraestructura, como la modernización del Aeropuerto Internacional Rafael Núñez. Además, programas como “Cartagena Sostenible” promueven prácticas responsables para preservar el entorno.

5.2. Entidades privadas

El sector privado actúa como el motor que impulsa la competitividad del destino mediante la innovación, la calidad y la diversificación de la oferta turística. Estas

entidades incluyen hoteles, agencias de viajes, restaurantes, operadores turísticos y otros actores del sector. Sus principales aportes son:

- **Desarrollo de experiencias personalizadas**

Crean productos que se adaptan a los intereses específicos de los turistas, como turismo de aventura, ecológico o cultural, destacando el destino frente a la competencia.

- **Promoción del destino a nivel**

A través de estrategias de marketing digital y presencial, las empresas posicionan el destino en mercados internacionales, atrayendo turistas extranjeros.

- **Contribución a la innovación tecnológica**

Incorporan plataformas digitales, aplicaciones y servicios en línea que facilitan la planificación y reserva de experiencias turísticas.

- **Responsabilidad social empresarial**

Muchas empresas privadas se involucran en proyectos que benefician a las comunidades locales, promoviendo prácticas éticas y sostenibles.

Ejemplo: en el Eje Cafetero, las entidades privadas destacan con iniciativas como Panaca y el Parque del Café, que han transformado la cultura cafetera en un atractivo turístico internacional. Alojamientos como Haciendas del Café también han elevado la calidad del servicio, posicionando la región como líder en turismo cultural y natural.

5.3. Comité local y/o Juntas de Acción Comunal (JAC)

Las comunidades organizadas son un pilar esencial para garantizar que el turismo sea inclusivo, auténtico y sostenible. En este nivel, la participación activa de los residentes locales asegura que los beneficios del turismo se distribuyan

equitativamente y que las características únicas del destino sean preservadas. Sus contribuciones son:

- **Fortalecimiento del capital social**

Impulsan la cohesión comunitaria mediante proyectos turísticos que involucran a diferentes grupos, como jóvenes, artesanos y líderes locales.

- **Preservación de la identidad cultural**

Desarrollan actividades y festivales que destacan tradiciones locales, como en el caso del Carnaval de Barranquilla o las Fiestas de San Pacho en Quibdó, lo que mejora el atractivo del destino.

- **Capacitación de la comunidad**

Organizan talleres y programas para formar a los residentes como guías turísticos, artesanos o emprendedores en servicios relacionados con el turismo.

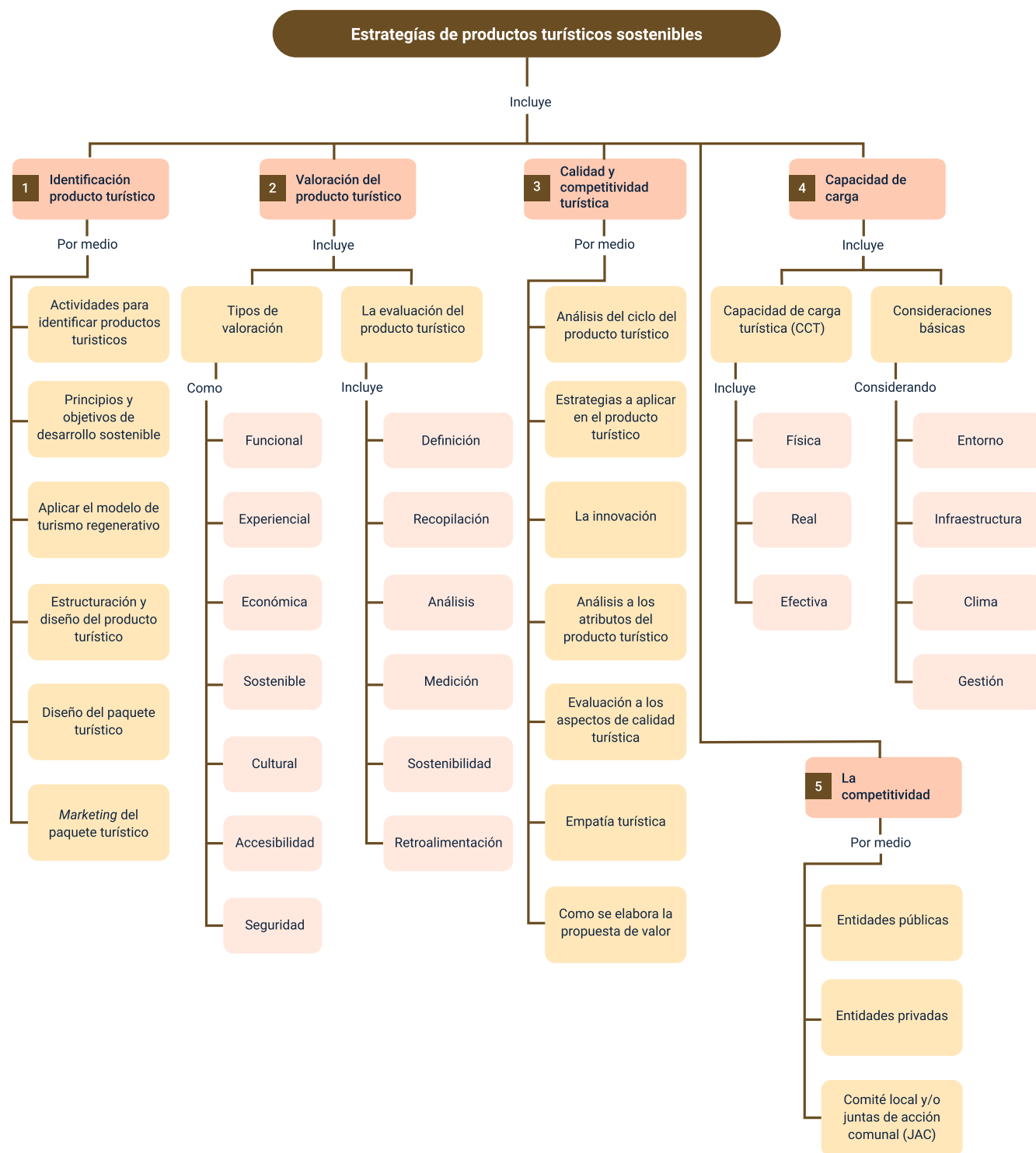
- **Desarrollo de circuitos turísticos rurales**

Diseñan rutas y experiencias que integran elementos de la naturaleza y la cultura local, promoviendo el turismo comunitario y el desarrollo económico inclusivo.

Ejemplo: en Salento, Quindío, las Juntas de Acción Comunal han jugado un papel esencial en el desarrollo del ecoturismo en el Valle de Cocora. Estas organizaciones han liderado la conservación de la palma de cera y promovido el emprendimiento local, fortaleciendo la autenticidad del destino con rutas culturales, alojamientos rurales y gastronomía típica, todo ello bajo un enfoque de sostenibilidad.

Síntesis

La identificación y valoración de productos turísticos, junto con su diseño, marketing y evaluación, son esenciales para lograr calidad y competitividad en el sector. Este proceso incluye actividades clave como la aplicación de principios de sostenibilidad y modelos regenerativos, además de estrategias específicas para estructurar, empaquetar y promocionar el producto. En Colombia, se analizan el ciclo de vida, los atributos y la calidad del producto, incorporando innovación y empatía para crear propuestas de valor diferenciadas. También se consideran aspectos como la capacidad de carga turística y la colaboración entre entidades públicas, privadas y comunitarias, destacando el papel de las Juntas de Acción Comunal en el turismo sostenible y local.



Material complementario

Tema	Referencia	Tipo de material	Enlace del recurso
1. Identificación del producto turístico	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, SERNATUR, Servicio Nacional de Turismo. (2015). Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados.	Manual	https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf

Glosario

Actividades turísticas: conjunto de acciones o actividades que realizan los turistas durante su visita a un destino, tales como visitas a monumentos, actividades recreativas, gastronómicas, entre otras.

Atractivo turístico: elemento o lugar dentro de un destino que atrae a los turistas, como paisajes naturales, patrimonio cultural, arquitectura, eventos especiales, entre otros.

Demanda turística: interés o necesidad de los turistas por determinados destinos, productos o servicios turísticos, influenciada por factores como la oferta, el precio, las tendencias del mercado, entre otros.

Desarrollo sustentable: enfoque que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las capacidades de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades, aplicable al turismo a través de la conservación de recursos naturales y culturales.

Destino turístico: lugar geográfico que se ofrece a los turistas como un conjunto de servicios y recursos que permiten la realización de actividades turísticas.

Innovación: proceso de crear nuevos productos, servicios, procesos o modelos que aporten valor al sector turístico, mejorando la experiencia del turista y la competitividad del destino.

Oferta turística: conjunto de productos, servicios y recursos que están disponibles para ser consumidos por los turistas en un destino determinado.

Producto turístico: combinación de elementos (recursos, servicios, actividades) que son ofrecidos a los turistas con el fin de satisfacer sus necesidades o deseos durante su estancia en un destino.

Recurso turístico: elemento natural o cultural que tiene el potencial para ser aprovechado en el desarrollo de actividades turísticas, como parques naturales, monumentos históricos, playas, etc.

Turismo: actividad económica, social y cultural que involucra los viajes de personas hacia destinos diferentes a su lugar de residencia, con fines recreativos, de ocio o negocios.

Turista: persona que viaja a un destino fuera de su entorno habitual con fines recreativos, culturales, de negocios o de estudio, permaneciendo allí por un tiempo limitado.

Vocación turística: potencial y predisposición de un lugar o región para desarrollar actividades turísticas debido a sus características naturales, culturales o sociales, que lo hacen atractivo para los visitantes.

Referencias bibliográficas

Barreto, C., & Orozco, A. (2019). El paquete turístico en Colombia: Evolución y perspectivas. *Revista Turismo y Sociedad*, 24(1), 45-65.

Bermúdez, J., & Romero, A. (2022). Turismo sostenible en Colombia: Retos y oportunidades. Editorial Turismo & Sociedad.

Bermúdez, L., & Romero, A. (2022). Desarrollo sostenible y competitividad turística en Colombia. Editorial Turística.

Corpoturismo. (s.f.). Cartagena de Indias.
<https://cartagenadeindias.travel/corpoturismo/>

Fundación Turismo de Colombia. (2021). Estrategias de diversificación y sostenibilidad en el turismo colombiano.

Gil Arroyo, L. (2018). Marketing turístico: Estrategias para la promoción de destinos y productos. McGraw-Hill Interamericana.

Hernández, R. (2016). Diseño y comercialización de paquetes turísticos: Un enfoque práctico para agencias de viajes. Editorial Paraninfo.

Londoño, F., & Vargas, J. (2021). Análisis DOFA para destinos emergentes en Colombia: Un enfoque estratégico. *Revista Colombiana de Estrategia Turística*, 14(3), 203-220.

Martínez, P., & Ramírez, A. (2019). Marketing de destinos turísticos en Colombia: Análisis y propuestas. *Revista Turismo y Sociedad*, 24(1), 86-102.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2019). Política de Turismo Sostenible en Colombia.

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT). (2020). Informe sobre la calidad turística en Colombia.

<https://www.mincit.gov.co>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT). (2020). Plan de desarrollo y promoción del turismo en Colombia 2020-2025.

<https://www.mincit.gov.co>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT). (2021). Informe de situación del turismo en Colombia.

<https://www.mincit.gov.co>

Navarro, J., & López, P. (2018). Producto turístico: Creación, gestión y comercialización. Editorial Síntesis.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2018). Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Buenas prácticas en las Américas. OMT.

Pérez, J. (2021). Turismo regenerativo: Conceptualización y casos en Colombia. Revista Colombiana de Turismo Regenerativo, 2(1), 12-30.

Registro Nacional de Turismo (RNT). (s.f.).

<https://rnt.confecamaras.co/home>

Ruiz, P., & Sánchez, M. (2019). La calidad en los servicios turísticos y su impacto en la competitividad: Caso de Colombia. Revista de Turismo y Desarrollo.

UN. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#>

Créditos

Nombre	Cargo	Regional y Centro de Formación
Milady Tatiana Villamil Castellanos	Responsable del equipo Dirección General	Dirección General
Liliana Victoria Morales Gualdrón	Responsable de línea de producción	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Juan Carlos Camargo Solano	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos
Viviana Esperanza Herrera	Evaluadora instruccional	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Andrés Felipe Velandia Espitia	Evaluador instruccional	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Oscar Iván Uribe Ortiz	Diseñador web	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
José Jaime Luis Tang Pinzón	Diseñador web	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Jose Yobani Penagos Mora	Diseñador web	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
José Jaime Luis Tang Pinzón	Diseñador web	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Lina Marcela Pérez Manchego	Diseñadora web	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Juan Daniel Polanco Muñoz	Diseñador web	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios

Nombre	Cargo	Regional y Centro de Formación
Sebastián Trujillo Afanador	Desarrollador full stack	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Veimar Celis Meléndez	Desarrollador full stack	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Francisco José Vásquez Suárez	Desarrollador full stack	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Diego Fernando Velasco Güiza	Desarrollador full stack	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Ernesto Navarro Jaimes	Animador y productor audiovisual	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Gilberto Junior Rodríguez Rodríguez	Animador y productor audiovisual	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Norma Constanza Morales Cruz	Evaluada de contenidos inclusivos y accesibles	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios
Jorge Eduardo Rueda	Evaluada de contenidos inclusivos y accesibles	Centro de Comercio y Servicios - Regional Tolima
Javier Mauricio Oviedo	Validador y vinculator de recursos educativos digitales	Centro de Comercio y Servicios - Regional Tolima
Jorge Bustos Gómez	Validador y vinculator de recursos educativos digitales	Centro de Comercio y Servicios - Regional Tolima