



El Mercado Turístico

Producto Turístico



Producto Turístico

El producto turístico es usualmente mirado únicamente desde la oferta de productos y servicios de los establecimientos turísticos y en el sector turístico este concepto trasciende la mirada empresarial para ubicarse en la mirada del destino. En otros casos este concepto se suele confundir con otros, como el de recurso turístico, atractivo turístico, oferta turística y hasta patrimonio natural o cultural y lo que sí es cierto es que el producto turístico los incluye.

Según Rivera, Andrés (2018) “El producto es lo que quiere ofrecer la comunidad anfitriona, pero es también lo que anhela encontrar el turista vivencial. Es, a su vez, lo que los prestadores logísticos están en capacidad de ofrecer a través de sus servicios y es lo que el operador turístico y la institucionalidad pública están en capacidad de integrar y ensamblar para consolidar una oferta comercial. p. 92”

Y según Miguel Ángel Acerenza (1990), es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso. Nótese que los dos autores coinciden en la satisfacción de los deseos y expectativas del turista. En la definición propuesta por Andrés Rivera (2018) se involucra la comunidad anfitriona, los prestadores logísticos y la institucionalidad que son elementos que hacen parte de un destino o área turística y en la de Acerenza se hace referencia a que es un producto compuesto. Así las cosas, como se puede apreciar en la figura 5, el producto turístico cuenta con seis (6) componentes que en algunos casos se fusionan entre sí dependiendo de las características del territorio como ya se podrá apreciar en la explicación de cada uno. Sus componentes son: i) Recursos Turísticos, ii) Atractivos turísticos, iii) Actividades turísticas experienciales, iv) Comunidad local v) Servicios turísticos y vi) Infraestructura turística.

Figura 6 Componentes del producto turístico



Nota. Los productos turísticos están conformados por recursos y/o atractivos turísticos (dependiendo del nivel de desarrollo de cada uno de los recursos identificados), actividades turísticas asociadas a los recursos o atractivos (senderismo, ciclomontañismo, avistamiento de aves, etc.), una comunidad local que reside en el destino o área turística, unos servicios que facilitan la visita (alojamiento, transporte y alimentación) e infraestructura como vías, salud y servicios públicos.

Recurso turístico

Son los factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo. (Viceministerio de Turismo, Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible, abril 2020. Pág. 4.). Y ajustando la definición según comentario de Rivera Berrio (2017): son aquellos bienes naturales o culturales y aquellos espacios públicos y privados, que pueden ser objeto de usufructo turístico mediante el desarrollo de actividades y servicios sustentables a partir de ellos. p.104.

Ejemplo: una hermosa cascada ubicada en un predio privado con difícil acceso. Esta cascada es un factor físico que tiene potencial para ser involucrada en una **oferta turística**. Por lo tanto, en la actualidad es un recurso turístico. Cuando cuente con buenas condiciones de accesibilidad física, plan de tarifas, actividades experienciales alrededor de ella y personas capacitadas para guiar a los visitantes para su disfrute pasará a llamarse **atractivo turístico**.

Atractivo turístico

Son los factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos. (Viceministerio de Turismo, Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible, abril 2020. Pág. 4.).

Esta definición se hace necesario complementarla con la aportada por Rivera Berrio 2017 “Será la palabra que califica a los términos que involucra: un recurso turístico atractivo, una actividad recreacional atractiva. En complemento, el atractivo turístico es la expresión logística y empresarial de algo que se le puede ofrecer al turista para atenderlo; por



consiguiente, está en el mismo ámbito de gestión de los servicios de alojamiento, gastronomía, transporte, etc., y por ello, puede ser incluido en ofertas comerciales. A tal punto que no se deberá hablar de atractivos separando estos dos conceptos (recurso turístico y actividad recreacional), los cuales son interdependientes y le dan forma y fondo al atractivo, el cual sólo podrá ser brindado al turista si cuenta con una estructura de producto turístico (logística turística + oferta turística) en el marco de un destino" p. 83.

Así como integrar los elementos de accesibilidad propuestos por Juan Tresserras (2009), cuando menciona que garantizar la accesibilidad es la clave para la creación de productos culturales susceptibles de integrarse en una oferta turística, pero desde diferentes ámbitos: cultural, temporal, económico y espacial.

Concluyendo así que, para el presente documento, el **Atractivo turístico** es un bien natural, cultural o aquel espacio público o privado, que puede ser objeto de usufructo turístico mediante el desarrollo de actividades y servicios sustentables a partir de él. Es además el que constituye un componente significativo del producto turístico, toda vez que determina por parte del turista la selección del punto del destino de su viaje, y genera, por tanto, una corriente turística hacia su localización. Para configurar un **atractivo turístico** se requiere contar con las siguientes características, que le permiten ser visitado y disfrutado por el turista:



- Actividad turística relacionada con el recurso turístico.
- Reconocimiento frente a mercados turísticos nacionales e internacionales.
- Accesibilidad Temporal (necesidades horarias, temporales y climáticas que delimitan el uso de los recursos turísticos).
- Accesibilidad Económica (política de precios y listados de tarifas relacionadas con públicos a atender, las diferentes temporadas, los descuentos posibles o días de gratuidad).
- Accesibilidad Cultural (medios para hacer llegar un mensaje adaptado al perfil del visitante).
- Accesibilidad Espacial (señalización para llegar, señalización In situ, ex situ, señalización de caminos y servicios mínimos como baños, áreas de descanso o refugio ante fuertes condiciones climáticas)
- Servicios complementarios
- Infraestructura básica
- Medios de transporte y vías para acceder al recurso turístico

Ejemplo: El cabo San Juan de Guía en el Parque Tayrona en Santa Marta Colombia (ver figura 7), es una playa con paisaje montañoso que cuenta con servicios complementarios de alojamiento en carpa y alimentación de buena calidad al lado de la playa, así como tarifas establecidas tanto para el ingreso al parque como para los servicios complementarios. El servicio de transporte desde Santa Marta está compuesto por servicio público, y servicio turístico especializado. Una vez dentro del parque hay servicio de parqueadero para los visitantes que llegan en vehículo particular. Cuenta con un sendero definido y dotado de puentes, pasamanos y señalización en los tramos donde es necesario. Es una de las playas colombianas más reconocidas a nivel nacional e internacional debido a su belleza paisajística.

Figura 7 Foto de la playa San Juan de Guía en Santa Marta Colombia.



Nota importante: Reconocer la diferencia entre recurso turístico y atractivo turístico es de vital importancia para conocer el mundo del turismo y el funcionamiento del sector turístico.

Actividad turística

Es aquella actividad que se realiza mientras se está de viaje, en entornos donde no es habitual que las personas se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año. (OMT 2022).

Ejemplo: Avistamiento de aves, senderismo, ciclomontañismo, parapentismo.

Figura 8 Actividad de avistamiento de aves ofrecida por un operador turístico en un sendero en Costa Rica.



Comunidad anfitriona

Entre todos los habitantes que conforman la comunidad local, habrá un grupo de personas de una localidad que de manera autónoma se organizará para gestionar la invitación a los turistas a su territorio para acogerlos y atenderlos durante su estancia a cambio de una retribución económica y social; ese grupo de personas será reconocido como la comunidad anfitriona (Rivera. A, 2017).

Servicios turísticos

Son los servicios derivados de la actividad turística, estos permiten que el turismo se lleve a cabo en un territorio generando una cadena productiva de prestadores los cuales pueden brindar servicios de guianza, atracción, alojamiento, gastronomía, transportes, entretenimiento, artesanías y organización de eventos (ferias, congresos y convenciones).

Infraestructura turística

La infraestructura turística es el conjunto de servicios, medios técnicos e instalaciones de un territorio que posibilitan la realización de la actividad turística, entre ellos encontramos los establecimientos gastronómicos, de alojamiento, las carreteras, parques, hospitales y servicios de salud, la conectividad, etc.

Para dar claridad sobre el producto turístico se presentan a continuación dos casos de estudio en Colombia que le permitirán identificar cada uno de los componentes explicados anteriormente.

Caso de estudio No 1:

La ruta del cóndor

La ruta del cóndor es un ejemplo de producto turístico comunitario en el municipio de Villamaría, Caldas, este, cumple con los requisitos del producto turístico, para comprenderlo mejor, se dividirá “La ruta del cóndor” en los componentes del producto turístico.



A. Recurso turístico: Patrimonio natural y cultural del municipio de Villamaría, Caldas.

B. Atractivos turísticos: La ruta del cóndor cuenta con atractivos como la cultura del café, la cultura del campesino, el canto de las aves como la Merganetta armata o patico de torrente, la cultura ancestral Quimbaya y el paisaje de sus montañas entre bosques tropicales.

C. Actividades turísticas: La ruta del cóndor ofrece cinco actividades turísticas diferentes al interior del territorio, estas son:

- Campesino por un día
- La ruta del ser
- Tierra de aves
- Mujeres entre cafetales
- El mundo del café

D. Comunidad anfitriona: Grupo de lugareños emprendedores, aproximadamente setenta personas, entre hombres, mujeres, niños y jóvenes, juntos, son más de ocho comunidades rurales del municipio de Villamaría, Caldas quienes muestran su cotidianidad a través del turismo.

E. Servicios turísticos: En la ruta del cóndor ofrece servicio de Guianza, alimentación y transporte.

F. Infraestructura turística: En la ruta del cóndor se articulan diferentes fincas turísticas, senderos, restaurantes y medios de transporte terrestre del municipio.

A continuación, se comparten algunas imágenes del producto turístico que se encuentran:

Figura 9 Fotografías del producto turístico



Caso de estudio No 2:

Apia: Viento, aventuras y tradiciones entre montañas

Risaralda, un destino lleno de vida es una marca cargada de simbolismo que integra 11 productos turísticos en los municipios del centro occidente del departamento, cinco (5) Rutas de los sentidos, más de 23 actividades experienciales reconocidas y 92 experiencias fortalecidas.

Figura 10 Imagen de la marca: Risaralda un destino lleno de vida



Uno de los productos turísticos de la marca se encuentra ubicado en el municipio de Apia cuyo nombre es: "Apia: viento, aventuras y tradiciones entre montañas"

Los componentes que integran el producto son:



- A. Recurso turístico:** Patrimonio natural y cultural del municipio de Apía, Risaralda.
- B. Atractivos turísticos:** Apía: viento, aventuras y tradiciones entre montañas cuenta con atractivos como: La tradición cafetera y cultural, los productos terminados del café, el paisaje de sus montañas y su naturaleza biodiversa.
- C. Actividades turísticas:** Este producto turístico cuenta con tres (3) actividades turísticas, estas son:
- Expresión cafetera que alimenta los sentidos
 - Aventuras y tradiciones de cara al viento
 - Privilegio de observar una naturaleza biodiversa
- D. Comunidad anfitriona:** La comunidad de Apía se encuentra preparada para recibir a los viajeros, con prestadores de servicio y empresarios aliados al turismo, organizados pero independientes dentro del territorio.
- E. Servicios turísticos:** En Apía se ofrecen servicios turísticos de: alimentación, alojamiento, guianza, ocio y recreación.
- F. Infraestructura turística:** En Apía se articulan diferentes fincas turísticas, hoteles y hostales, senderos, restaurantes, carreteras y medios de transporte terrestre al interior del municipio e intermunicipal, tiendas especializadas, parques, viviendas con arquitectura tradicional, etc.

Figura 11 fotografías del producto turístico: Apia Viento, aventuras y tradiciones entre montañas

