**Datos de identificación del programa de formación**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Gestión de mercados de productos turísticos. |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 260201070-Asesorar viajeros de acuerdo con tipo de servicio turístico y normativa. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 260201070-01-Describir requerimientos de viajeros de acuerdo con tipo de producto turístico y protocolo de la organización. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF09 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Tipos de productos turísticos |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Por medio de la recolección de datos sobre la información de interés, se obtienen los tipos de producto turísticos, teniendo en cuenta los servicios turísticos que se pueden prestar; de esa manera se crea la perfilación del viajero y se van considerando los protocolos de servicio y técnicas de clasificación y comunicación adecuadas para la gestión turística. |
| PALABRAS CLAVE | Producto, turismo, destino, tecnología, patrimonio. |

| ÁREA OCUPACIONAL | 6 – VENTAS Y SERVICIOS |
| --- | --- |
| IDIOMA | Castellano |

**TABLA DE CONTENIDOS**

**Introducción**

**1. Servicios de viaje**  
~~1.1 Características~~

~~1.2 Modalidades de viaje~~

~~1.3 Diseño de portafolio~~

~~1.4 Condiciones y políticas de reserva~~

**2. Tecnologías de la información y la comunicación**

~~2.1 Motores de búsqueda~~

~~2.2 Plataformas~~

~~2.3 Sistemas globales de reserva~~

~~2.4 Desarrollo de manuales de operación~~

~~2.5 Técnicas de consulta~~

**3. Producto turístico según destino**

~~3.1 Características~~

~~3.2 Tipo de productos~~

~~3.3 Componentes~~

~~3.4 Productos turísticos según destino (nacional e internacional)~~

**4. Servicios turísticos**

~~4.1 Caracterización de servicios turísticos~~

~~4.2 Calidad del servicio~~

**5. Geografía turística**

~~5.1 Ubicación de destinos turísticos~~

~~5.2 Componentes de destino turísticos~~

~~5.3 Atractivos turísticos~~

~~5.4 Perfil del viajero~~

**6. Patrimonio cultural**

~~6.1 Técnicas de interpretación del patrimonio~~

~~6.2 Características~~

~~6.3 Historia~~

~~6.4 Tipos de territorio~~

**Introducción**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Este componente formativo tiene como finalidad dar a conocer los diferentes tipos de productos turísticos en la gestión de mercado, para ello, se revisarán temas de interés como lo son servicios de viaje, tecnologías de la información y la comunicación, servicios turísticos, geografía turística, patrimonio cultural y generalidades de los productos turísticos. Estos servicios tienen gran influencia en el sector turístico, pueden ser calificados como servicios primarios, ya que son acciones relacionadas con las necesidades básicas de todas las personas y buscan ser suplidas o resueltas por los prestadores de servicio, en los viajes que realice una persona.  Aquí se tendrá la oportunidad de aprender sobre servicios de viajes, servicios turísticos, patrimonio cultural, entre otros temas que le ayudarán a reconocer los diferentes tipos de productos turísticos y a diferenciar de manera consciente y selectiva los servicios necesarios al momento de planificar un viaje teniendo en cuenta la calidad brindada, además de influir en la información suministrada para el aprendiz sobre temas de interés cultural y la incluirían de servicios turísticos en los productos, teniendo en cuenta la planta e infraestructura utilizadas por los prestadores.  Este componente es de gran importancia, ya que ayudará a perfilar el viajero y a distinguir las diferencias entre los atractivos, actividades y servicios turísticos permitiendo caracterizar los servicios de viajes y servicios turísticos, identificando la tangibilidad como servicios físicos y palpables, como también permitiendo la identificación de la intangibilidad como servicios no físicos para algunos sentidos de las personas, según las modalidades de viajes. Asimismo, permitirá conocer el diseño de un portafolio de servicios, respetando las condiciones y políticas de reserva, diferenciando las cualidades del patrimonio cultural.  Los productos turísticos se desarrollan con el fin de organizar y simplificar el turismo para su comercialización, beneficiando tanto a sus prestadores como a sus planificadores mediante las diferentes plataformas desarrolladas para la estandarización turística, agrupando los elementos necesarios para la elaboración de productos turísticos permitiendo al aprendiz distinguir las generalidades para el diseño y la elaboración productos en el mundo práctico.  La comunicación es un factor fundamental en el entorno turístico que le permite a los gestores utilizar de manera adecuada sus estrategias y desarrollos mediante las TIC (tecnologías de la información y comunicación), a partir de estas se crean plataformas turísticas convenientes para el aprendizaje y estandarización de productos en sector turístico.  El componente busca como estrategia principal sintetizar y dar conocer terminología y datos precisos relacionados con el turismo, con el fin de brindarle al aprendiz las herramientas de conocimiento necesarias respecto a la tipificación de productos turísticos, profundizando en el aprendizaje en la gestión de mercados turísticos teniendo en cuenta la descripción de los requerimientos de viajeros teniendo en cuenta los tipos y protocolos de productos turísticos, permitiendo la asociación de rasgos y características principales de los términos abordados durante la formación, brindándole características específicas para el asesoramiento de viajeros de acuerdo con el tipo de servicio turístico y las normativas vigentes. |

**GUION DE VÍDEO INTRODUCTORIO**

| Tipo de recurso | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NOTA | La totalidad del texto locutado para el vídeo no debe superar las 500 palabras aproximadamente. | | | |
| Título | Tipos de productos turísticos |  |  |  |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración (voz en off) | Texto |
| 1 | Productos turísticos    <https://www.innovtur.com/venta-de-productos-y-servicios-turisticos/>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v1 | sí con música de fondo | Este componente formativo tiene como finalidad dar a conocer los diferentes tipos de productos turísticos en la gestión de mercado, para ello, se revisarán temas de interés como lo son servicios de viaje, tecnologías de la información y la comunicación, servicios turísticos, geografía turística, patrimonio cultural y generalidades de los productos turísticos. Estos servicios tienen gran influencia en el sector turístico, pueden ser calificados como servicios primarios, ya que son acciones relacionadas con las necesidades básicas de todas las personas y buscan ser suplidas o resueltas por los prestadores de servicio, en los viajes que realice una persona. | Tipos de productos turísticos  Servicios de viaje  Geografía turística  Patrimonio cultural  Viajes |
| 2 | Servicios de viaje    <http://avas.unipacifico.edu.co/moodle/pluginfile.php/81829/course/summary/logo%20geografia%20turistica.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v2 | sí con música de fondo | Aquí se tendrá la oportunidad de aprender sobre servicios de viajes, servicios turísticos, patrimonio cultural, entre otros temas que le ayudarán a reconocer los diferentes tipos de productos turísticos y a diferenciar de manera consciente y selectiva los servicios necesarios al momento de planificar un viaje teniendo en cuenta la calidad brindada, además de influir en la información suministrada para el aprendiz sobre temas de interés cultural y la incluirían de servicios turísticos en los productos, teniendo en cuenta la planta e infraestructura utilizadas por los prestadores. | Servicios de viaje  planificar un viaje  prestadores de servicios turísticos |
| 3 | Viajero  <https://img.lalr.co/cms/2016/02/24224354/turistas0225-1000.jpg?size=xl>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v3 | sí con música de fondo | Este componente es de gran importancia, ya que ayudará a perfilar el viajero y a distinguir las diferencias entre los atractivos, actividades y servicios turísticos permitiendo caracterizar los servicios de viajes y servicios turísticos, identificando la tangibilidad como servicios físicos y palpables, como también permitiendo la identificación de la intangibilidad como servicios no físicos para algunos sentidos de las personas, según las modalidades de viajes. Asimismo, permitirá conocer el diseño de un portafolio de servicios, respetando las condiciones y políticas de reserva, diferenciando las cualidades del patrimonio cultural. | Perfil del viajero  atractivos turísticos  portafolio de servicios  Políticas de reserva |
| 4 | Comercialización turística  <https://www.lifeder.com/wp-content/uploads/2020/12/estandarizacion-cultural-concepto-min.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v3 | sí con música de fondo | Los productos turísticos se desarrollan con el fin de organizar y simplificar el turismo para su comercialización, beneficiando tanto a sus prestadores como a sus planificadores mediante las diferentes plataformas desarrolladas para la estandarización turística, agrupando los elementos necesarios para la elaboración de productos turísticos permitiendo a el aprendiz distinguir las generalidades para el diseño y la elaboración productos en el mundo práctico. | productos turísticos  estandarización turística  diseño |
| 5 | Productos turísticos    <https://www.jimmypons.com/wp-content/uploads/2018/08/Fotolia_49708415_Subscription_Monthly_M-e1527589610361-1.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v4 | sí con música de fondo | La comunicación es un factor fundamental en el entorno turístico que le permite a los gestores utilizar de manera adecuada sus estrategias y desarrollos mediante las TIC (tecnologías de la información y comunicación), a partir de estas se crean plataformas turísticas convenientes para el aprendizaje y estandarización de productos en sector turístico. | Comunicación  estrategias  tecnologías de la información y comunicación  Plataforma turísticas  sector turístico. |
| 6 | Gestión de mercados turísticos    <https://static.hosteltur.com/app/public/uploads/img/articles/2015/08/01/L_5c1a43f56a714_shutterstock_220380544.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v5 |  | El componente busca como estrategia principal sintetizar y dar conocer terminología y datos precisos relacionados con el turismo, con el fin de brindarle al aprendiz las herramientas de conocimiento necesarias respecto a la tipificación de productos turísticos, profundizando en el aprendizaje en la gestión de mercados turísticos teniendo en cuenta la descripción de los requerimientos de viajeros teniendo en cuenta los tipos y protocolos de productos turísticos, permitiendo la asociación de rasgos y características principales de los términos abordados durante la formación, brindándole características específicas para el asesoramiento de viajeros de acuerdo con el tipo de servicio turístico y las normativas vigentes. | tipificación de productos turísticos  requerimientos de viajeros  protocolos de productos turísticos  asesoramiento de viajeros |
| Nombre del archivo | 124013\_v01 | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDOS**

1. **Servicios de viaje**

Cuando se habla de servicios de viaje, es indispensable reconocer que “servicio” es un conjunto de acciones o actividades que se desarrollan en pro de una persona o cosa, cuya finalidad es responder a una necesidad generada por un cliente o producto. Esta acción de servicio responde a un apuro o carencia específica. Ahora, cuando se habla de “viaje”, lo relacionamos con el desplazamiento de un lugar de origen o estadía a otro lugar predeterminado, el cual no necesariamente tiene que ser de personas, también puede ser de animales, cosas o documentos.

Observe a continuación algunas características que se tienen en cuenta a la hora de realizar un servicio de viajes:

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| Teniendo en cuenta los significados de servicio y viajes, se puede llegar al concepto de “servicios de viajes” el cual responde a todos los hechos que se ven ligados a la hora de realizar un viaje desde cierto destino hacia otro, acciones que regularmente se dan de manera consecutiva con relación a la necesidad de desplazamiento. Cabe señalar que los viajes no siempre incluyen un medio de transporte, también se pueden realizar desde el caminar. | |

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| La mayoría de las veces los servicios de viajes tratan de asumir un rol importante para las personas que quieran llevar a cabo un traslado, ya que existe cierta planeación logística detrás de todo el servicio. La planificación de un servicio de viaje bien elaborado genera o añade un factor diferenciador a la hora de tomar una decisión en el momento de viajar, de esto depende la preferencia de cada quien. Es de destacar que a la hora de elegir un servicio de viaje, las personas buscan un beneficio apropiado para ellos, ya sea salud, bienestar, interacción, comodidad, seguridad, entre otros. | |

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| La necesidad del viajero se entrelaza con otros tipos de servicio como alimentación y hospedaje, estos son necesarios dependiendo de la modalidad del viaje y lo tardío que pueda llegar a ser. Sin embargo, hay viajes que usualmente ameritan uno de estos, como lo son los viajes a larga distancia, bien sean terrestres, aéreos o náuticos, que necesitan prestadores de servicio que ofrecen alimentación y buena acomodación para que el viajero disfrute su viaje amenamente. | |

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| Las agencias de viajes brindan paquetes que abarcan todos los servicios necesarios para un destino en específico, su fin es suplir todas las necesidades básicas del visitante, prestando la mayor cantidad de servicios para generar una buena experiencia al momento de viajar, teniendo en cuenta las características de un buen servicio de viaje. | |

* 1. **Características de los productos turísticos**

| Tipo de recurso | Tarjetas Conectadas |
| --- | --- |
| Introducción | Tanto en los viajes como en el turismo, la mayoría de los productos y servicios se valoran de manera tangible e intangible, dependiendo de su complejidad y lo que pretendan brindar al visitante. |
| ~~Características de los productos turísticos~~    <https://www.bitubicomunicacion.com/wp-content/uploads/2015/02/producto-destino1.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i1 | |
| <https://1.bp.blogspot.com/-KYJcfXfkGNw/V0SuW80lSSI/AAAAAAAAABo/Cc3yX9Tx6LEZlMwj8ZjiA1uyheH8NN_xACLcB/s1600/2569-1378113515.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i2 | Tangibles.  Son los productos y servicios que tienen características propias a simple vista, es decir, aquellos que se pueden ver y tocar. Cabe resaltar que la mayoría de productos tangibles van acompañadas de una acción o servicio intangible, por ejemplo: la alimentación es un servicio intangible que se puede ofrecer en una agencia de viajes o en un alojamiento como tal, pero el producto que se provee para alimentar al visitante es la comida, que se identifica como un producto tangible, el cual podemos ver, tocar, sentir y degustar. |
| <http://blogs.upn.edu.pe/negocios/wp-content/uploads/sites/6/2019/04/upn_blog_neg_servicios_08-abr.png>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i3 | Intangibles.  Estos productos o servicios son más complejos, no se pueden percibir a simple vista, pero están presentes en todas las acciones de servicio relacionadas con el turismo. Por ejemplo: en el servicio de transporte se debe brindar una buena atención al cliente, buen manejo de reservas, puntualidad y el cumplimiento, están ligadas al momento de adquirir el servicio. Las características intangibles no solo se hacen propias en el transporte, también en la alimentación, el alojamiento, la guianza, entre otras; en esta clase de servicios se genera un valor agregado, al cual se le puede llamar experiencias, las cuales buscan brindar o vender la mayoría de los servicios, ya que de esto, depende la calidad y el buen nombre del prestador de servicio turístico. |

* 1. **Modalidades de viaje**

Las personas o los visitantes tienen preferencias a la hora de realizar un viaje, estas se basan en las necesidades o deseos que tenga cada uno y va relacionado con su poder adquisitivo. La mayoría de las personas asocian el viaje con la distancia de desplazamiento de un lugar a otro y esto se vuelve relevante a la hora de tomar una decisión, debido a esto las modalidades se dividen según el tipo de transporte.

| Tipo de recurso | Infografía interactiva Punto caliente | |
| --- | --- | --- |
| Texto introductorio | A continuación, se presenta una infografía con la descripción de las modalidades de viaje, en el ámbito del turismo: | |
| Modalidades de viaje  [*https://twitter.com/FrancoArone/status/1519338290394054659/photo/1*](https://twitter.com/FrancoArone/status/1519338290394054659/photo/1)  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i4  Figura 1  *Modalidades de viaje*    *Nota:* Tomada de[*https://www.freepik.es/search?format=search&query=transporte%20ferrovial*](https://www.freepik.es/search?format=search&query=transporte%20ferrovial)  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i5 | | |
| Código de la imagen | Cuatro medios de transporte. | |
| Punto caliente 3 | Ferrovial | 1. Es un sistema que no se emplea en muchos destinos, en especial en Latinoamérica, ya que es bastante costoso en el momento de su planeación y ejecución. Depende de un presupuesto elevado, pero es muy práctico para el servicio de transporte, en su mayoría consta de rieles o extensiones de energía que le dan conductividad a un remolque.  En esta modalidad de transporte se identifican los trenes, tranvía, metro, entre otros y se categorizan los sistemas de transporte que son utilizados por el turismo y por las agencias prestadoras de servicios. En las formas de viaje también se incluyen servicios como alimentación, alojamiento, guianza e interpretación que se conjuntan a medida que el cliente o usuario lo solicite para suplir sus necesidades.  El prestador de servicio o la agencia operadora se encuentra en la obligación de diseñar un portafolio de servicios turísticos donde presentará sus diferentes modalidades de viaje y sus diferentes modalidades de turismo. |
| Punto caliente 4 | Aéreo | 2. Como su nombre lo indica se refiere a todos los servicios de transporte que se den por líneas aéreas, ya sean aviones, avionetas, incluso aviones de carga. Es de resaltar que el servicio de transporte aéreo es uno de los más seguros a nivel mundial con el menor índice de accidentes anualmente. |
| Punto caliente 5 | Náutico | 3. Esta modalidad está derivada al transporte acuático o marítimo, es decir, todo vehículo que se movilice a través del agua: lanchas, yates, barcos, buques, entre muchos otros. El sistema náutico es uno de los más costosos al momento de elección dada su elaboración y las rutas que maneja. Por lo general, para el turismo se emplean vehículos de alta gama que tienen entrada a destinos paradisíacos netamente turísticos. |
| Punto caliente 6 | Terrestre | 4. Esta modalidad incluye los diferentes medios de transporte que se pueden abordar o brindar por tierra, un ejemplo de esto son: las caminatas, el ciclismo, cabalgata, motocicleta, bus, entre otros. Se puede indicar que estos servicios se brindan tanto desde empresas de transporte públicas como empresas privadas, ambas delimitan tarifas para los usuarios de las mismas. |

* 1. **Diseño de portafolio**

Para realizar el diseño de un portafolio de servicios turísticos es necesario distinguir la definición de portafolio como agrupación o conjunto de algo en específico, en este caso servicios turísticos.

| Tipo de recurso | Rutas /Pasos Horizontal | |
| --- | --- | --- |
| Introducción | El buen diseño de un portafolio está basado en el plan escrito, en él se describen los diferentes servicios que el prestador realiza y las diferentes empresas con las que se tenga alianzas, relación o contrato. Su fin es mostrar el conjunto de servicios turísticos con los que se cuenta, así como llamar la atención de clientes potenciales, demostrando la calidad de sus proveedores.  Para el diseño de un portafolio de servicios turísticos se hace necesario generar un documento en el cual se especifique lo siguiente: | |
| Paso 1 | Identificar el nombre de la empresa, su razón social y una presentación innovadora. | Identificación de la empresa    <https://www.sba.gov/sites/default/files/2018-11/bg_choose_your_business_name-02.png>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i6 |
| Paso 2 | Definir las ventajas y desventajas de la empresa prestadora del servicio o la agencia operadora de viajes. | Ventajas y desventajas    <https://www.elerniam.com/wp-content/uploads/2016/12/Ventajas-y-desventajas.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i7 |
| Paso 3 | Definir los objetivos generales y específicos de la empresa. | Objetivos    <https://coworkingfy.com/wp-content/uploads/2020/03/M%C3%A9todos-para-definir-objetivos.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i8 |
| Paso 4 | Enlistar todos los servicios y prestadores de servicio ofrecidos por la empresa. | Prestadores de servicios    <https://www.turiweb.pe/wp-content/uploads/2019/03/tend1-1.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i9 |
| Paso 5 | Realizar portafolio publicitario de manera física o digital para posibles clientes. | Portafolio    <https://static.wixstatic.com/media/83cbed_a6600cbf1f014e69b2f7f74f5017ac77~mv2.png/v1/fill/w_552,h_356,al_c,q_85,usm_0.66_1.00_0.01,enc_auto/klipartz_com%20(1).png>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i10 |

* 1. **Condiciones y políticas de reserva**

Las condiciones y políticas de reserva son todos aquellos términos y parámetros que se tienen en cuenta a la hora de realizar una reserva, se trata de los pasos que se deben hacer en el momento de reservar, y son diferentes a todos los servicios que las incluyan. Cada prestador genera políticas más estrictas que otros.

Para ampliar la información se invita a revisar el documento **Anexo 1. Condiciones y políticas de reserva**. En este se describen los aspectos a considerar para aplicar una reserva, dependiendo del tipo de servicio como, por ejemplo, alimentación, alojamiento, entre otros.

1. **Tecnologías de la información y la comunicación**.

La tecnología que se emplea para la información y la comunicación o **TIC**, como generalmente se le llama, muestra cada vez más avances y adecuaciones en los diferentes campos para el desarrollo del turismo. Con el pasar del tiempo, el turismo se ha vuelto una fuente principal de empleo para la economía del país, región o lugar donde se encuentre; a medida que el turismo empieza a crecer, se generan necesidades correspondiendo a la demanda turística y se presenta la oportunidad de fabricar tecnología e infraestructura que suplan tales necesidades.

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| En la actualidad todas las empresas relacionadas con el turismo desarrollan como mínimo un software de reservas o de información turística, también son empleadas para diseñar o manejar publicidad comercial para beneficio propio, incrementando las ventas gracias a la promoción masiva que se da con estas herramientas informáticas. | |

* 1. **Motores de búsqueda**

Los sistemas de información han evolucionado a grandes niveles, entre estos, el uso de los motores de búsqueda se ha convertido en una fuente tan compleja que estos demuestran gran practicidad al momento de utilizarlos, esto se debe al avance en el desarrollo digital que se ha venido incrementando en los últimos años. La mayoría de plataformas crean un algoritmo de búsqueda el cual tiene la capacidad de encontrar, con mayor precisión, lo que se está buscando, esto brinda una gran exactitud en el momento que se investiga un destino.

Para ampliar la información, se invita a revisar el documento **Anexo 2. Tecnologías de la información y la comunicación**. En este documento se presentan las ventajas del uso de las TIC en el turismo, los buscadores y metabuscadores más comunes, destacando sus ventajas y desventajas.

* 1. **Plataformas**

Las plataformas en el sector del turismo, como en cualquier otro sector, son herramientas digitales creadas para mostrar portafolios de servicios o bases de datos, donde las personas pueden buscar y encontrar lo que necesitan en un solo lugar. Estas deben tener una oferta publicitaria para producir confianza al cliente, por lo general, se encuentran en páginas web y se deben incluir en aplicativos móviles como una manera estratégica, generando así más facilidad y preferencia en el momento de realizar una visita a la plataforma.

* 1. **Sistemas globales de reserva**

En la actualidad se manejan sistemas globales de reservas mediante software que utilizan por lo general las grandes empresas, estas cuentan con patentes o franquicias que cumplen con ciertos estándares de calidad a nivel global.

| Tipo de recurso | Tarjetas Conectadas |
| --- | --- |
| Introducción | Los sistemas globales de reserva toman como base las plataformas digitales como herramienta a la hora de estandarizar productos o servicios, se puede decir que globalizan todos los sistemas de información turística y los imparten desde un sistema de distribución global, este puede generar una reserva desde cualquier parte del mundo desde un mismo aplicativo. Algunos de los sistemas globales de reserva más utilizados son: |
| Sistemas globales de reserva    <https://revistatravelmanager.com/wp-content/uploads/2017/11/GDS.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i11 | |
| Sistema global de reserva Amadeus    <https://usodeherramientasdegestionn.files.wordpress.com/2013/04/1317640545841.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i12 | * Amadeus |
| Sistema global de reserva Sabre Holdings    <https://dailyweb.com.ar/data/img_cont/img_imagenes/img_gr/9691.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i13 | * Sabre Holdings |
| Sistema global de reserva Abacus    <https://cdn.slidesharecdn.com/ss_thumbnails/gdsabacus-151109005223-lva1-app6891-thumbnail.jpg?cb=1447030721>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i14 | * Abacus |
| Sistema global de reserva Travelsky    <https://4.bp.blogspot.com/-YawYPhTc43M/Wae5S950_eI/AAAAAAAAEoY/bSFiGsn4NdcS9C9WgYE0UAspSxW9bBpigCEwYBhgL/s1600/travelsky.png>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i15 | * Travelsky |
| Sistema global de reserva Travel Port    <https://www.conectaturismo.com/wp-content/uploads/2016/02/GDS-Travelport-mejor-tecnologia.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i16 | * Travel Port |
| Sistema global de reserva KIU Systems    <https://www.doblemente.com/wp-content/uploads/2017/03/integracion-xml-kiu.png>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i17 | * KIU Systems |
| Sistema global de reserva TCA Inssist    <https://tcass.com/images/tca/id/og-logo.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i18 | * TCA Inssist |
| Sistema global de reserva SiteMinder  <https://www.reportur.com/agencias/2020/02/14/siteminder-revela-las-empresas-mas-ingresos-reservas-generaron-2019/>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i19 | * SiteMinder |

* 1. **Desarrollo de manuales de operación**

Para realizar un manual de operaciones es necesario tener en cuenta que este es una herramienta reflejada en un documento físico o digital, el cual tiene un fin específico: dar a conocer el desarrollo de una empresa o de un proyecto, en él se agrupa información importante, se introduce de manera adecuada y ordenada, de modo que cualquier persona tenga la posibilidad de acceder a la información y el funcionamiento sobre la empresa o proyecto.

| Tipo de recurso | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| Introducción | Los puntos que se deben de tener en cuenta en el momento de elaborar un manual de operación son: |
| Manual de operaciones    <https://img.freepik.com/vector-gratis/ilustracion-concepto-manual-instrucciones_114360-2929.jpg?w=2000>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i20 | |
| Determinar el público objetivo al que será dirigido el manual de operaciones. | |
| Plantear los objetivos para los que se crea el manual, estos pueden ser objetivos generales y específicos si el diseñador lo desea. | |
| Definir un glosario donde se indique los conceptos con los que se trabajara en el manual, conceptos turísticos claves para la captación del tema. | |
| Generar el contenido que se realizará en la actividad turística. Este contenido deberá incluir el paso a paso a seguir de lo que se desarrollará durante la actividad, es decir, qué pasará antes de la actividad y la preparación de la misma, qué debe pasar durante el desarrollo de la actividad y cómo culminará la actividad turística.  Es válido diseñar una tabla dinámica donde se caracterice los procesos y los procedimientos en un orden cronológico así:  Tabla 3  *Ejemplo de tabla de actividades turísticas*   | Actividades turísticas | Desarrollo de la actividad | | --- | --- | | Avistamiento de aves | \* Preparación de instrumentos de avistamiento (binoculares, cámara, ropa adecuada, repelente, etc.).  \* Reconocer las aves de la región.  \* Desplazamiento a zona boscosa.  \* Identificar el sonido de las aves.  \* Localizar aves para la toma de fotografías o interpretación ambiental. | | Actividad número 2 | Acciones y planteamientos seguir en la actividad 2 | | |
| Generar parámetros legales, políticas o reglas que se deban cumplir tanto en la empresa como en las actividades turísticas. | |
| Concluir y reflexionar sobre la importancia de las actividades desarrolladas en el manual de operación. | |

* 1. **Técnicas de consulta**

| Tipo de recurso | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| Introducción | Las técnicas de consulta empleadas por las personas en la actualidad se derivan de búsquedas digitales y electrónicas mediante páginas web o las plataformas digitales anteriormente mencionadas, teniendo en cuenta lo que se desee buscar; generalmente hay diversas páginas de internet donde se pueden encontrar datos y referencias turísticas a nivel mundial. Para lo relacionado al turismo, se usan algunas técnicas de consulta que facilitan la búsqueda como, por ejemplo, la técnica IATA, que se muestra a continuación: | |
| Código IATA. | En el turismo existen técnicas y herramientas de comunicación que permiten desarrollar actividades de manera más simplificada y estandarizada de manera global como lo es el código IATA. | Código IATA    <https://www.diarioazafata.com/wp-content/uploads/2015/05/codigos-IATA-OACI-DIARIOAZAFATA-min.png>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i21 |
| Concepto Código IATA. | Los códigos IATA son palabras clave que traducen por lo general destinos específicos de viaje, en su mayoría de veces es una abreviatura de los nombres de las ciudades o países en los que se emplee, estos códigos son muy utilizados por aeropuertos, agencias de viajes y plataformas digitales que manejan reservas de viaje o transporte. | Código IATA  <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/77/Iata_official_logo.png/245px-Iata_official_logo.png>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i22 |
| Características | Por lo regular los códigos se encuentran conformados por tres letras y en mayúscula que representa el nombre completo de una ciudad o país, adicional a esto la forma de leerlo va acompañada nombres característicos en cada letra deletreada, este código se elabora con el fin abreviar nombres y comunicarse de una manera más técnica a la hora de viajar entre prestadores de servicio. | Código IATA    <https://static.wixstatic.com/media/cf5523_06e83b9fcee64bbb82e53383446c3256.jpg/v1/fill/w_386,h_646,al_c,q_90/cf5523_06e83b9fcee64bbb82e53383446c3256.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i23 |
| Ejemplos de Código IATA. | ~~Tabla 4~~  *Ejemplo de códigos IATA*   | Ciudad | Código IATA | | --- | --- | | Medellín | MDE | | Bogotá | BOG | | Bucaramanga | BGA | |  |

1. **Producto turístico según destino**

Sabiendo que los productos turísticos son el conjunto de atractivos turísticos, servicios turísticos y actividades turísticas, se puede desarrollar un énfasis según el destino en el que se vaya a trabajar, en donde es importante destacar que cada uno de estos ítems conforman un producto de manera tangible e intangible, que se pueden evidenciar según las características del atractivo.

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| Cada destino agrupa diferentes elementos y particularidades que llaman la atención del turista a la hora de realizar la visita a un lugar. Las particularidades de un lugar pueden ser tradiciones culturales, arquitectura histórica, gastronomía, entre otros.  *Ejemplos de particularidades turísticas de Colombia*    *Nota: Tomada de* [*https://www.freepik.es/search?format=search&query=san%20juanero*](https://www.freepik.es/search?format=search&query=san%20juanero)  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i24 | |

* 1. **Características**

En el momento en que se habla de las características principales de un producto turístico vale la pena resaltar que están ligadas a la percepción del turista o visitante. Adicionalmente, influye la actividad económica del lugar donde se realiza la visita, depende de los tipos de turismo que se pueden realizar allí, asimismo de las motivaciones que incitan al visitante desplazarse hacia un lugar y los segmentos de mercado que allí se manejan.

| Tipo de recurso | Infografía estática |
| --- | --- |
| Texto introductorio | Según su tangibilidad, las características de un producto turístico son: |
| Características de un producto turístico    <https://turistium.com/wp-content/uploads/2017/03/turistium-struct2.jpeg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i25 | |
| Productos tangibles    <https://image.shutterstock.com/image-vector/travel-by-car-road-trip-600w-1404238469.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i26  Productos intangibles | Tangibles: son los productos que el visitante ve, puede tocar y pueden perdurar en el tiempo. Estos se dividen en: Muebles e Inmuebles.   * Muebles: son todos los elementos que se pueden desplazar, tales como: documentos, fotografías, obras de arte, películas, libros y artesanías, entre muchos otros. * Inmuebles: son los elementos que no se pueden desplazar, tales como: edificaciones arquitectónicas, monumentos públicos y privados, paisajes culturales, lugares arqueológicos, entre muchos otros. |
| <https://thumbs.dreamstime.com/b/turista-con-una-mochila-que-hace-un-pulgar-encima-de-la-muestra-104989032.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i27 | Intangibles: se encuentran aquellos productos que se perciben, pero no se pueden ver ni tocar, lenguajes nativos, costumbres, religiones, música, saberes gastronómicos, mitos y leyendas, entre muchos otros. |

* 1. **Tipo de productos**

Los tipos de productos turísticos se encuentran totalmente ligados a las actividades económicas del destino donde se ubican, los cuales enfatizan sus cualidades principales, demostrando su identidad cultural, sus bienes patrimoniales y naturales, simplificándolos en las tipologías de turismo que existen.

Teniendo en cuenta las diferentes tipologías de turismo se pueden generar los productos turísticos, según el destino y la necesidad del visitante. Estos se pueden personalizar dependiendo de las actividades y servicios, como se ve a continuación:

**~~Tabla 5~~**

*~~Ejemplos de tipos de turismo~~*

| Tipo de turismo | Descripción | Figura de referencia |
| --- | --- | --- |
| Turismo litoral | También llamada turismo de sol y playa, se da en la zona costera con climas cálidos. | Turismo litoral    Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i28 |
| Turismo de negocios | Se refiere a los viajes con fines corporativos o laborales. | Turismo de negocios    Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i29 |
| Turismo de naturaleza | Se refiere a los viajes con fines de realizar actividades turísticas con contacto directo con la naturaleza. | Turismo de naturaleza    Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i30 |
| Turismo de salud | Se refiere a los viajes con fines de recibir servicios de salud en regiones diferentes a la que reside. | Turismo de salud    Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i31 |

***Nota:*** *Imágenes tomadas de:* [*https://www.freepik.es/search?format=search&query=%20salud*](https://www.freepik.es/search?format=search&query=%20salud)

* 1. **Componentes**

En el momento en el que se habla de un componente turístico se indica que es un elemento fundamental de la estructura formativa del producto turístico. Estos se encuentran diseñados para satisfacer las necesidades de los visitantes, dependiendo de su disposición.

| Tipo de recurso | Infografía estática |
| --- | --- |
| Texto introductorio | Los componentes que integran un producto turístico precisan del autor que lo genera, algunos de los componentes más utilizados son: |
| Infografía sobre componente del producto turístico      <https://1.bp.blogspot.com/-MZ7eZZ_Ujgg/YCcg9sZTOAI/AAAAAAAAG_o/PFv7OZrXsmofT-i_4_QiAqyInEBSWZOwwCLcBGAsYHQ/s700/PLANTILLA%2BINFOGRAFIA%2BTIMELINE%2B01.png>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i32 | |
|  | * Destino: definir el lugar con el que se realizará el producto turístico. * Recursos: identificar los recursos culturales y naturales del destino. * Accesibilidad: tener puntos de referencia que faciliten el ingreso al destino y a los recursos. * Servicios: identificar los diferentes prestadores relacionados con el sector turístico (alojamiento, alimentación, transporte y guianza). * Actividades: definir las dinámicas que se realizarán en el atractivo. * Atractivo: definir las actividades que se realizan en los recursos. * Equipamiento: verificar las herramientas necesarias para la ejecución de las actividades propuestas. * Tarifas: definir los costos y los presupuestos del producto turístico. * Mercadeo: generar material publicitario del producto turístico. |

* 1. **Productos turísticos según destino (nacional e internacional)**

El destino es un componente fundamental de los productos turísticos, en el cual se establecen características diferenciadoras que dependen del lugar donde se ejecute. Estas características dependen de un entorno cultural el cual va ligado a costumbres, tradiciones e identidad, generando puntos de interés a nivel nacional o internacional.

Dentro de los productos turísticos por destino se pueden encontrar dos clases de turistas: el **turista nacional** y el **turista internacional**.

| Tipo de recurso | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| Introducción | La definición para cada uno de estos turistas, es la siguiente: |
| ~~Productos turísticos según destino (nacional e internacional)~~    <https://www.hotelmize.com/wp-content/uploads/2020/10/what_are_the_main_types_of_tourism_distribution_channels-01-scaled.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i33 | |
| Turista nacional: es aquel que visita lugares de su país de residencia, aunque distintos a su región y que busca productos turísticos internos, beneficiando así la economía y el empleo de su propio país. Por otro lado, se encuentra el visitante que es aquél que permanece en su región pero que visita los atractivos de la misma. | |
| Turista internacional: es aquél que no reside en el país que visita, pero genera un incremento económico en el destino beneficiando la comunidad local durante su estadía, generando la pérdida de economía e identidad cultural en el país de residencia. | |

1. **Servicios turísticos**

Al identificar los servicios prestados durante un viaje se puede evidenciar que están relacionados plenamente con los servicios turísticos brindados en la actualidad, los cuales tratan de suplir las exigencias presentadas por los clientes, buscando que cada persona logre desarrollar las actividades de ocio, descanso o esparcimiento dependiendo la tipología de turismo en la que se encuentren. También pueden ser actividades lucrativas que se presentan en el turismo de negocios.

**~~4.1~~** **Caracterización de servicios turístico**

Los servicios turísticos se caracterizan dependiendo de la necesidad del visitante; de acuerdo a la segmentación del mercado turístico, se generan los servicios de alojamiento, alimentación, transporte, servicio de guianza y servicio de organización de eventos, los cuales se desarrollan en el documento **Anexo 3. Servicios turísticos**, que se encuentra a continuación.

**~~4.2~~ Calidad del servicio**

La calidad del servicio turístico siempre está relacionada con los aspectos tangibles e intangibles de los servicios de viaje; para esto, se tiene en cuenta desde la infraestructura de los lugares donde se presta el servicio hasta el servicio al cliente de los mismos, sin pasar por alto las tarifas establecidas que se cobran en estos lugares. Se debe establecer una relación equilibrada que contenga los factores mencionados, obteniendo como resultado una alta calidad del servicio. La relación de los aspectos bases de la calidad del servicio, podría darse de la siguiente manera:

*Estructura de la calidad del servicio*

Diagrama

Descripción generada automáticamente

**Nota.** La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.

**Código imagen: 124103\_i34**

1. **Geografía turística**

Los aspectos que caracterizan la geografía turística están dados por la incidencia que puede tener un territorio a partir de los sucesos históricos acontecidos, lo cual hace de esto un factor de atracción para turistas y visitantes. A continuación, se presenta un video en el cual se desarrolla ampliamente este tema sobre la geografía turística.

**~~5.1.~~ Ubicación de destinos turísticos**

| Tipo de recurso | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NOTA | La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente | | | |
| Título | Geografía turística | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración (voz en off) | Texto |
| 1 | Geografía turística    <https://static.wixstatic.com/media/c634b7_b5b31eab1b7d4e4799354bd75484eb76.jpg/v1/fill/w_600,h_397,al_c,lg_1,q_80,enc_auto/c634b7_b5b31eab1b7d4e4799354bd75484eb76.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v1 | sí, en todas las escenas con música de fondo | La geografía turística hace referencia al estudio de un territorio en pro del desarrollo del turismo, estos se basan en los diferentes acontecimientos que sucedieron en el sitio estudiado, teniendo como punto de referencia su ubicación. | Estudio que se realiza en un territorio para que pueda desarrollarse en pro al turismo. |
| 2 | Cultura    <https://www.arcgis.com/sharing/rest/content/items/6d743374a64a4bb595832edc34f9e751/info/thumbnail/ago_downloaded.jpg/?w=800>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v2 |  | La cultura por lo regular es un factor de análisis al momento de utilizar geografía en el turismo, ya que los rasgos culturales influyen en un territorio de manera productiva y económica, es importante resaltar que no todas las ubicaciones y territorios se encuentran aptos o preparados para desarrollar planes turísticos y esto se debe a las características del terreno y a los recursos que puedan existir en él, como también a la población, puesto que debe estar preparada y capacitada para el recibimiento de turistas. | La cultura por lo regular es un factor de análisis al momento de utilizar la geografía en el turismo. |
| 3 | Relación de la geografía turística con otras geografías.    <https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-concepto-isometrico-plano-proceso-red-ubicacion-tierra_25078317.htm#query=geografia%20cultural&position=45&from_view=search>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v3 |  | La geografía turística tiene una relación estrecha con la geografía económica y cultural de un destino, cuando se habla de la geografía económica se permite delimitar la ubicación o localización de actividades económicas correspondientes a un sector, es este caso el sector turístico, lo mismo sucede con la geográfica cultural ya que esta se encarga de realizar estudios relacionados con identidad cultural de una sociedad y esto es relacionado con el turismo. | Relación de la geografía turística con otras geografías. |
| 4 | Localización geográfica    <https://www.arcgis.com/sharing/rest/content/items/2e6db6f1ecc5456996e54bce05b3d52d/info/thumbnail/ago_downloaded.jpg/?w=800>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v3 |  | La ubicación o localización geográfica debe ser una zona estratégica, donde se puedan ejecutar diversas actividades relacionadas con turismo, además de contar con servicios necesarios para la estadía de los visitantes, enfocado en las facilidades y seguridad del lugar, la localización juega un factor importante, dado a que la misma puede ofrecer alternativas de arribo, alojamiento y acceso a diversos servicios. | La ubicación o localización geográfica debe ser una zona estratégica |
| 5 | Ubicación del turismo    <http://4.bp.blogspot.com/-AfALPe9Bj2U/VXegcU9-aEI/AAAAAAAAABw/w4Yg1dQzOvI/w1200-h630-p-k-no-nu/primera%2Bentrada.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v4 |  | En el turismo, la ubicación y la accesibilidad son fundamentales en el momento de denominar un territorio como destino turístico, pues abarca un conjunto de características asociadas a la adecuación de la infraestructura y a la capacitación de sus colaboradores, incrementando el número de viajeros o turistas durante determinada época, estos turistas pueden ser nacionales o internacionales. | En el turismo, la ubicación y la accesibilidad son fundamentales en el momento de denominar un territorio como destino turístico. |
| 6 | Desarrollo turístico    <https://agenciadeviajeuip.files.wordpress.com/2017/01/cropped-index1.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v5 |  | Ciertos destinos se encuentran ubicados geográficamente en zonas estratégicas ideales para el desarrollo turístico, como ciudades costeras, en donde se puede ejecutar un turismo litoral, en vista de que se pueden llevar a cabo actividades turísticas y además comprenden diversidad de servicios turísticos. | Las ciudades costeras, en donde se puede ejecutar un turismo litoral. |
| 7 | Oferta y demanda turística    <https://virtual-moodle.unne.edu.ar/pluginfile.php/428292/course/overviewfiles/Geo%20Tur%20III.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v6 |  | Existen destinos con características y cualidades similares que permiten que se genere cierta competitividad, oferta y demanda, ayudando así a mejorar la economía de los destinos visitados. | Se genera oferta y demanda, ayudando así a mejorar la economía de los destinos visitados. |
| 8 | Cartagena de indias  [*https://www.freepik.es/search?format=search&query=cartagena*](https://www.freepik.es/search?format=search&query=cartagena)  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v7 |  | Cartagena de indias  Ubicación: Cartagena de indias, capital del departamento de Bolívar, ubicada al norte de Colombia.  Características: Ciudad costera, con amplia variedad de gastronomía, clima generalmente soleado, con arquitectura colonial española y calles coloridas. | Ejemplos de ubicación de destinos turísticos:  Cartagena de indias  Ciudad costera, con amplia variedad de gastronomía, clima generalmente soleado. |
| 9 | Medellín  [*ttps://www.freepik.es/search?format=search&query=cartagena*](https://www.freepik.es/search?format=search&query=cartagena)  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v8 |  | Medellín  Ubicación: Medellín, capital del departamento de Antioquia, ubicada al noroccidente de Colombia.  Características: Es la segunda ciudad más importante de Colombia, también llamada “la ciudad de la eterna primavera”, reconocida por las ferias de las flores y la identidad cultural de su población, también por la arquitectura colonial antioqueña en los pueblos alrededor de la ciudad. | Medellín  Segunda ciudad más importante de Colombia, también llamada “la ciudad de la eterna primavera”. |
| 10 | Bogotá, capital de Colombia  [*https://www.freepik.es/search?format=search&query=cartagena*](https://www.freepik.es/search?format=search&query=cartagena)  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_v9 |  | Bogotá  Ubicación: Bogotá, capital de Colombia, está ubicada en el centro del país.  Características: Es la ciudad más grande de Colombia y es un destino con gran diversidad cultural, histórica y natural. | Bogotá, capital de Colombia  La ciudad más grande de Colombia. |
| Nombre del archivo | 124013\_v02 | | | |

**~~5.2~~ Componentes de destinos turísticos**

Son los elementos que tienen un gran potencial para convertir los lugares en un destino turístico, estos se relacionan de forma estructural, en donde cada uno de estos elementos se compagina para determinar turísticamente al destino.

**~~5.3~~ Atractivos turísticos**

Cuando se habla de atractivos turísticos es primordial tener en cuenta los elementos que lo conforman, estos se encuentran integrados por: recursos naturales, recursos culturales y actividades turísticas. Teniendo en cuenta la composición del atractivo turístico, se pueden desarrollar actividades dentro del entorno natural y a la vez, cultural.

**~~5.4~~ Perfil del viajero**

En el momento en que se perfila a una persona para realizar un viaje, se hace necesario tener en cuenta la motivación circunstancial que esta tiene, esto le permite al planificador turístico realizar cierta segmentación del cliente clasificándolo según sus gustos, costumbres y preferencias.

Para ampliar la información sobre los componentes turísticos, los atractivos turísticos y el perfil del viajero, lo invitamos a revisar el documento **Anexo 4. Componentes de los destinos turísticos**.

1. **Patrimonio cultural**

De acuerdo con la UNESCO en la Convención de UNESCO (1972)*, “el Patrimonio Cultural se compone de aquello que a lo largo de la historia han creado los hombres de una nación y que, en el momento presente, seguimos creando los que vivimos en la actualidad*”. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [**UNESCO**], 1972)

El patrimonio cultural es uno de los ejes fundamentales del turismo ya que de este se desliga un legado de tradición. Tiene como valor la conservación de tradiciones, costumbres, gastronomía y conocimientos arquitectónicos de un lugar o una región en específico, con el fin de proteger y salvaguardar la riqueza cultural de cada uno de los destinos.

| Tipo de recurso | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| Introducción | El turismo tiene un valor importante dentro de la caracterización de patrimonio cultural, ya que sirve como herramienta conservadora en los lugares donde se realicen actividades enfocadas al turismo cultural. |
| El turismo es el encargado de ser el transmisor de identidad mediante las actividades relacionadas con el entorno cultural, además de tener la capacidad de identificar los diferentes bienes de interés cultural (BIC) los cuales son declarados mediante un medio gubernamental a nivel nacional o internacional, pudiendo llegar a un máximo de categorización y protección como lo es el Patrimonio de la Humanidad de la Unesco. El patrimonio cultural se clasifica y denomina de forma material e inmaterial. | |
| Patrimonio cultural material: es todo aquel que se puede ver y puede palpar, como por ejemplo edificaciones, pinturas, piezas históricas, documentos, cartas u objetos con gran valor histórico. | |
| Patrimonio cultural inmaterial: es todo aquel que brinda o genera una experiencia única, pero no siempre se puede ver tocar o desplazar, por ejemplo: carnavales, la música, la danza, las lenguas nativas o el teatro. | |

**~~6.1~~ Técnicas de interpretación del patrimonio**

Los recursos culturales son la base del patrimonio cultural, es allí donde se reconocen los diferentes bienes que pueden ser valorados y utilizados para la actividad turística, teniendo en cuenta la interpretación que pueda generar el bien cultural. Cuando se habla de interpretar se hace alusión al arte de explicar, definir o caracterizar el patrimonio, para que pueda ser captado o comprendido por un espectador.

**~~6.2~~ Características del patrimonio cultural**

Al momento de denominar un bien como patrimonio cultural, es necesario tener en cuenta que no todos los bienes de interés cultural pueden llegar a ser patrimonio cultural, esta denominación siempre es generada por un conjunto de características impuestos por cada país o territorio. En Colombia se entiende por patrimonio cultural de la nación, todos aquellos bienes y manifestaciones que son reconocidas e identificadas por diferentes medios institucionales y gubernamentales que, mediante un proceso documental en donde evidencie los valores y la identidad cultural, pueden llegar a denominarse patrimonio cultural.

**~~6.3~~ Historia**

En la actualidad el término patrimonio cultural ha tenido gran aceptación a nivel mundial, ya que la mayoría de personas no conocedoras del término lo relacionan con la identidad e historia de cierto territorio. En los últimos años se puede decir que esta denominación ha evolucionado, debido a que en la antigüedad solo se le daba tal reconocimiento a piezas artísticas de gran valor históricos y económico.

A continuación, se detalla el pronunciamiento de la Unesco más ampliamente sobre patrimonio cultural:

Según la Unesco, en la convención de 1972 indica que “el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos. Comprende también expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas, relativos a la naturaleza y el universo y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional”. (UNESCO,1972)

**~~6.4~~. Tipos de territorio**

Los tipos de territorio dentro del entorno turístico se desarrollan dependiendo el tipo de turismo que se ejecute en el destino. Cada destino se centra o especializa en una categoría diferenciadora, ya sea ambiental o cultural. Para ampliar información sobre técnicas de interpretación, características del patrimonio cultural, historia y tipos de territorio, revise el Anexo 5. Técnicas de interpretación del patrimonio.

**SÍNTESIS**

| Tipo de recurso | Síntesis |
| --- | --- |
| Síntesis: Tipos de productos turísticos | |
| Introducción | Revise la siguiente síntesis, la cual resume la temática abordada en el componente “Tipos de productos turísticos”. |
| Nota. La imagen aportada por el experto temático, es necesario que se produzca la figura según lo aportado.  Código imagen: 124103\_i35 | |

**ACTIVIDAD INTERACTIVA**

| Tipo de recurso | Actividad didáctica. Verdadero y Falso  y Selección Múltiple | |
| --- | --- | --- |
| Por medio de la siguiente actividad didáctica podrá verificar los conocimientos adquiridos a partir del componente formativo sobre productos turísticos. | | |
| Los servicios de viaje se encuentran relacionados con los servicios turísticos.  Retroalimentación  Falso: respuesta incorrecta.  Verdadero: los servicios de viajes se encuentran totalmente ligados a los servicios turísticos debido a su caracterización. | | Tipos de productos turísticos    <https://thumbs.dreamstime.com/b/servicio-de-reserva-en-l%C3%ADnea-ilustraci%C3%B3n-vectorial-set-dibujos-animados-turistas-planas-viajar-y-reservar-un-hotel-billetes-200882021.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i36 |
| Para diseñar un portafolio de servicios es necesario enlistar todos los servicios y prestadores de servicio ofrecidos por una empresa.    Retroalimentación  Falso: respuesta incorrecta. Es necesario que vuelva a repasar el componente formativo.    Verdadero: se hace necesario enlistar los servicios y prestadores para saber lo que se está ofreciendo. | | Portafolio de servicios    <https://static.vecteezy.com/system/resources/previews/003/519/490/non_2x/travel-agency-concept-isolated-international-tourism-recreation-and-traveling-people-scene-in-flat-cartoon-design-illustration-for-blogging-website-mobile-app-promotional-materials-vector.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i37 |
| ¿Cuáles son los principales tipos de servicios turísticos?  a. Alojamiento, transporte y patrimonio cultural.  b. Alojamientos y alimentación e interpretación.  c. Alojamiento, alimentación, transporte, guianza y organización de eventos.  d. a y b  Retroalimentación  Incorrecto: respuestas a, b y d. Es necesario que vuelva a repasar cuáles son los servicios turísticos.    Correcto: opción c. ¡Excelente!, tiene claro cuáles son los principales tipos de servicios turísticos. | | Tipos de servicios turísticos    <https://thumbs.dreamstime.com/b/ilustraci%C3%B3n-vectorial-de-la-reserva-entradas-en-l%C3%ADnea-vuelo-reservado-trav%C3%A9s-aplicaci%C3%B3n-m%C3%B3vil-viaje-y-compra-libro-internet-178501964.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i38 |
| ¿En caso de incumplir las condiciones y políticas de reserva en un servicio de alojamiento se pueden tomar acciones legales?  a. Sí se pueden tomar acciones legales.  b. No se pueden tomar acciones legales ya que no es un delito.  c. Si se pueden tomar acciones legales debido al incumplimiento de la política.  d. Dependiendo de las condiciones y políticas pactadas se pueden tomar acciones legales o multas por incumplimiento.  Retroalimentación  Incorrecto: las respuestas a, b y c. Es necesario que vuelva a repasar el componente formativo.  Correcto: opción d. correcto siempre se tienen que tener en cuenta los términos y condiciones pactados para no incumplir con las políticas de reserva. | | Condiciones y políticas de reserva    <https://img.freepik.com/vector-premium/aplicacion-reserva-linea-turismo-conjunto-pantallas-incorporacion-viajes-diseno-paginas-moviles-boletos-avion-servicio-viaje-reserva-hotel-ilustracion-vectorial-dibujos-animados_125133-604.jpg?w=2000>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i39 |
| En el turismo son necesarias las TIC para desarrollar plataformas para la distribución y comercialización de los servicios turísticos.  Retroalimentación  Falso: respuesta incorrecta. Es necesario que vuelva a repasar el componente formativo.    Verdadero: Efectivamente, las TIC permiten el desarrollo de plataforma para la distribución y comercialización de servicios turísticos. | | TIC y servicios turísticos.    <https://us.123rf.com/450wm/microone/microone1809/microone180900635/110271117-concepto-de-billete-online-compra-de-entradas-con-smartphone-personas-que-reservan-avi%C3%B3n-o-tren-viaj.jpg?ver=6>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i40 |
|  | | Metabuscadores |
| ¿Cuál de los siguientes metabuscadores no está enfocado directamente a servicios turísticos?  a. Google  b. Airbnb  c. Booking  d. Kayak  Retroalimentación  Correcto: Google no es un metabuscador que esté enfocado a servicios turísticos.  Incorrecto: debe investigar más sobre los Meta buscadores relacionados con servicios turísticos. | | <https://andresromero.org/wp-content/uploads/2018/08/distribucion-del-alquiler-vacacional.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i41 |
| ¿El transporte náutico pertenece a uno de los sistemas de transportes de las modalidades de viaje?  a. No pertenece a ningún sistema de transporte.  b. Sí pertenece a una modalidad de viaje, mas no un sistema de transporte.  c. Las respuestas a y b son correctas.  d. Sí pertenece a un sistema de transporte en las modalidades de viajes turísticos.  Retroalimentación  Correcto: tiene claridad sobre los sistemas de transporte dentro de las modalidades de viaje.  Incorrecto: debe estudiar más sobre los sistemas de transporte dentro de las modalidades de viaje. | | Transporte náutico    <https://thumbs.dreamstime.com/z/transporte-por-mar-buques-de-navegaci%C3%B3n-mar%C3%ADtima-crucero-yate-conjunto-dibujos-animados-vectores-ilustraci%C3%B3n-transbordador-182704605.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i42 |
| Un sistema global de reserva, es una herramienta utilizada para estandarizar productos turísticos a nivel mundial utilizados principalmente por las agencias de viajes.  Retroalimentación  Verdadero: es correcta ya que es una herramienta utilizada tanto en agencia de viajes como en alojamientos.  Incorrecto: debe estudiar más sobre sistemas globales de reserva. | | Sistema global de reserva    <https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/imagen/mde3/njkz/~edisp/img2017693959.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i43 |
| ¿Cuáles son los elementos para brindar calidad en el servicio?  a. Comunicación asertiva, tarifas, ubicación.  b. Infraestructura, servicio al cliente, tarifas.  c. Recurso cultural, tarifas y servicio al cliente.  d. Ninguno de los anteriores es un elemento de calidad de servicio.  Retroalimentación  Incorrecto: son incorrectas algunos de estos elementos no generan buena calidad de servicio.  Correcto: opción b. Muy bien, tiene claridad sobre los elementos necesarios para brindar una buena calidad del servicio. | | Servicio de calidad    <https://blogs.unitec.mx/content/dam/blogs/imagenes/corp_samara/calidad-en-el-turismo-sellos-y-distinciones-3-compressor.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i44 |
| ¿Cómo se clasifica el patrimonio cultural?  a. Patrimonio cultural material e inmaterial.  b. Patrimonio cultural tangible e intangible.  c. Patrimonio cultural en beneficio de la humanidad.  d. Ninguna de las respuestas es correcta.  Retroalimentación  Incorrecto: respuesta incorrecta, debe investigar un poco más sobre la clasificación del patrimonio.  Correcto: muy bien, tiene claridad en cómo se clasifica el patrimonio cultural. | | Patrimonio cultural    <http://hablemosdeculturas.com/wp-content/uploads/2017/11/Patrimonio-Cultural-de-Colombia-1.jpg>  Nota. La imagen aportada es un referente como ejemplo proyectado, se debe elaborar imagen alusiva al tema.  Código imagen: 124103\_i45 |

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del material | tipo | Enlace |
| 1. Servicios de viaje | [Paniza Fullana, Antonia](https://www.torrossa.com/it/authors/paniza-fullana-antonia.html)(2017)Viajes combinados y servicios de viaje vinculados : replanteamiento de conceptos y sus consecuencias sobre la responsabilidad.torrossa<https://www.torrossa.com/it/resources/an/4291823> | libro digital | https://www.torrossa.com/it/resources/an/4291823 |
| 2.4 Desarrollo de manuales de operación | Fundación para la Conservación y el Desarrollo Sostenible (2021) Manual de operación turística para el avistamiento de aves <https://fcds.org.co/wp-content/uploads/2021/02/manual-operacion-turismo.pdf> | manual | https://fcds.org.co/wp-content/uploads/2021/02/manual-operacion-turismo.pdf |
| 3. Producto turístico según destino | Humberto Rivas, Académico de la Universidad San Sebastián (diciembre 2016) Elementos para la gestión de Destinos Turísticos <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf> | manual | https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf |
| 5.Geografía turística | Olariaga, O. D., & Carvajal, A. F. (2016). Efectos de la liberalización en la geografía del transporte aéreo en Colombia. Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5767230> | artículo | https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5767230 |

**GLOSARIO**

| Tipo de recurso | Glosario |
| --- | --- |
| Atractivo | conjunto de elementos que tiene o incorpora un lugar o cosa para llamar la atención de un visitante. |
| Destino | lugar en específico con características diferenciadoras con relación a otros lugares. |
| Geografía | es el estudio que se realiza en un territorio con relación a la tierra. |
| Producto | conjunto de atributos que puede llegar a tener cosa o un recurso. |
| Tecnología | conjunto de herramientas innovadoras desarrolladas con el fin de suplir una necesidad. |
| Turismo | actividad relacionada con viajar y conocer lugares nuevos dependiendo la necesidad. |

**REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

| Tipo de recurso | Bibliografía |
| --- | --- |
| Fundación para la Conservación y el Desarrollo Sostenible (2021) *Manual de operación turística para el avistamiento de aves* [Archivo PDF] <https://fcds.org.co/wp-content/uploads/2021/02/manual-operacion-turismo.pdf> | |
| Meza, E. C. J. (2016). Un enfoque a la importancia del turismo. *Turismo y patrimonio*, (10), 133-136 <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/17/10> | |
| UNESCO. *Patrimonio cultural*. <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio> | |





