



CampeSENA
¡Una Esperanza De Vida!



LEGISLACIÓN TURÍSTICA

DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL





LEGISLACIÓN TURÍSTICA

DIRECTIVOS

Jorge Eduardo Londoño Ulloa

Director

Dirección general

Claudia Patricia Forero Londoño

Directora de Formación Profesional

Dirección general

Luis Alejandro Jiménez Castellanos

Director del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo

Dirección general

Luis Humberto González Ortiz

Subdirector

Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila

ECOSISTEMA DE RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES

Milady Tatiana Villamil Castellanos

Responsable Ecosistema de recursos educativos digitales

Dirección General

Olga Constanza Bermúdez Jaimes

Responsable línea de producción

Dirección general

CONTENIDO INSTRUCCIONAL

Elkin Darío Fontecha Pardo

Autor/a

Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila

Gloria Lida Alzate Suárez

Diseñadora instruccional

Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila

DISEÑO Y DESARROLLO DE RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES

Marcela González Gómez

Diseñadora Gráfica

Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila

Kevin Danilo Gómez Perilla

Diseñador Gráfico

Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila

Jaime Hernán Tejada Llano

Validación de recursos educativos

Centro Agroempresarial y Desarrollo Pecuario - Regional Huila

Cartilla Legislación turística

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA - 2025
179 Páginas

ISBN



Fotografías y vectores tomados de
freepik.es, stock.adobe.com,
pexels.com y flaticon.com



Licencia creative commons CC
BY-NC-SA

Este material puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de la licencia que el trabajo original.

Base v4.1.0 - Paquete v3.1.0





LEGISLACIÓN TURÍSTICA

Este programa te brindará las **herramientas legales necesarias para mejorar** cada etapa de tu emprendimiento turístico, desde la formalización inicial hasta la promoción y gestión sostenible del negocio, **siempre respetando nuestras tradiciones**, pero incorporando los conocimientos normativos necesarios para garantizar la legalidad y competitividad.

Manejo de la info

DESARROLLO DE CONTENIDOS

Bienvenida del Director	04
Introducción	10
1. Reglamentación turística en Colombia	14
1.1 Legislación turística	
1.2 Importancia de la industria turística	
1.3 Principios de la industria turística	
1.4 Incentivos tributarios	
1.5 Derechos y deberes del turista	
1.6 Código de ética del turismo	
2. Prestadores de servicios turísticos	64
2.1 sector turístico	
2.2 Zonas de desarrollo turístico	
2.3 Establecimientos hoteleros	
2.4 Agencias de viajes	
2.5 Transporte de pasajeros	
2.6 Establecimientos de gastronomía	
2.7 Empresas captadoras de ahorro para viajes	
2.8 Sistema de tiempo compartido	
2.9 Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones	
3. Conformación del sector turístico en Colombia	102
3.1 Entidades territoriales	
3.2 Departamento nacional de planeación y el plan nacional de desarrollo	
3.3 CONPES 3397 de turismo	
3.4 Planes sectoriales de turismo	
3.5 Certificaciones de calidad turística	
3.6 Policía de turismo	
4. Legislación y normatividad turística	122
4.1 Cooperación turística internacional	
4.2 Marketing y promoción turística	
Glosario	144
Referencias bibliográficas	148
Bitácora de actividades	150

PALABRAS DE BIENVENIDA DEL DIRECTOR

Actualmente, la humanidad enfrenta grandes desafíos y dilemas: ¿el desarrollo o la conservación de la naturaleza? ¿El mercado por encima del estado? ¿La financiarización de la democracia? Pero de todos ellos, hay uno de especial interés para los propósitos de nuestra institución: ¿quién alimenta a las y los colombianos y cómo podemos ponernos a su servicio? Hay múltiples respuestas válidas para el contexto que se proponga.

Por ejemplo, la llamada revolución verde prometió alimentar a la humanidad, pero en realidad terminó por fortalecer a unas pocas empresas que desarrollaron tecnología para, entre otras cosas, producir semillas manipuladas genéticamente. No erradicó el hambre. Lo que hizo fue globalizar la alimentación a través de la agricultura extensiva y el monopolio del mercado, con sus respectivas consecuencias ambientales y climáticas. En contraste, la economía campesina ha conservado sus tradiciones, cultivando en pequeños predios con variedad, biodiversidad, luchando por las semillas nativas, por su territorialidad, por la protección y uso sostenible de los ecosistemas, y por su cultura y percepción de la riqueza. Son alrededor de 1.600.000 familias dueñas de pequeños predios, que generan empleo, dinamizan la economía y contribuyen a la conservación del ambiente.

Desde mi perspectiva, la economía campesina alimenta a Colombia. Por ello, la estrategia CampeSENA busca reivindicar y exaltar el papel de campesinas y campesinos a nivel nacional.

Los esfuerzos políticos, económicos, sociales, culturales y educativos que ha hecho el gobierno del presidente Gustavo Petro para llevar a cabo la reforma agraria son evidentes. En la historia del país, la entrega de tierras y el posicionamiento del tema campesino no habían tenido tanta relevancia en el imaginario colectivo y en la agenda nacional como en este momento. Fue este Gobierno el que enfiló todos sus esfuerzos para reconocer a nivel constitucional al campesinado como sujeto de especial protección constitucional y también fue el que se comprometió a implementar la Declaración de Naciones Unidas sobre Derechos del Campesinado.

Nuestra principal obsesión, en línea con las apuestas del Gobierno Nacional, es que la economía campesina, que provee alrededor del 74 % de los alimentos que consumimos en Colombia, tenga un acceso de calidad y pertinencia al conocimiento. Por eso, hemos flexibilizado la formación; hoy cualquier campesina o campesino, sin ningún grado de escolaridad, puede acceder a nuestra oferta educativa técnica o complementaria. Además, previa certificación de competencias, pueden ser instructoras o instructores del SENA. El Fondo Emprender también se ha rediseñado para que las asociaciones campesinas puedan acceder a sus recursos de manera prioritaria y sin las barreras de acceso que podían venirse presentando.

Toda nuestra institución se ha volcado al campo. "El SENA vuelve al campo" es el mantra que hemos adoptado y por el cual trabajamos sin pausa ni reposo por el campesinado colombiano. Esta cartilla que sostiene en sus manos, es muestra de nuestra preocupación por la formación de este sector, es la materialización de nuestro compromiso por la justicia social, ambiental y económica, y, estamos seguros, de que será una herramienta para los diferentes propósitos educativos y formativos que llevaremos al campo.

Emisoras, formadoras y formadores, recursos y mucho amor y cariño por el sector campesino son los instrumentos que hacen realidad el *slogan*: ¡O trabajamos juntos, o nos cuelgan por separado!

¡Mucho fundamento!

Jorge Eduardo Londoño Ulloa

Director General del SENA

Gobierno del Cambio



CAMPESENA RADIAL

CERRANDO BRECHAS, EMPODERANDO AL CAMPO COLOMBIANO

¿Qué es CampeSENA?

Es una estrategia del SENA para promover el reconocimiento de la labor del campesinado colombiano, fortalecer su economía y facilitar el acceso de esta población a los diferentes programas y servicios del SENA, con justicia social, ambiental y económica.

¿Para qué sirve?

Con esta estrategia, el SENA busca propiciar el reconocimiento del campesinado en la vida social, cultural y económica del país, con líneas de acción transversales para atender a esta población y generar capacidades para la articulación y consolidación de modelos asociativos campesinos.

Para fortalecer las capacidades, conocimientos y habilidades de la población campesina, y abrirle la puerta a nuevas opciones que le permitan incrementar sus ingresos y mejorar su calidad de vida.





¿Qué es CampeSENA Radial?

CampeSENA Radial nace desde nuestro campo colombiano, como una iniciativa que busca contribuir con la formación técnica a través de experiencias auditivas accesibles para los campesinos y campesinas del país, aprovechando el poder de la radio y los podcasts como medio para llevar el conocimiento y oportunidades a cada rincón del territorio nacional.



Mediante la narración de historias y la simulación de situaciones reales del campo colombiano, se transmiten conceptos clave, experiencias, buenas prácticas y procesos esenciales para el progreso y la sostenibilidad de nuestras fincas.



Uno de los pilares de la estrategia, es brindar a los campesinos del país una formación complementaria integral, pues CampeSENA Radial no solo se enfoca en mejorar sus técnicas agrícolas y que alcancen resultados más fructíferos en sus cultivos, sino que también fomenta la creatividad, facilita el aprendizaje sensorial y garantiza una experiencia educativa dinámica y efectiva. De este modo, los aprendices, experimentan una mejor retención de información y un desarrollo de sus habilidades cognitivas como la concentración, la memoria y el pensamiento crítico.

PILARES DE CAMPESENA RADIAL

A través de la estrategia CampeSENA Radial, se busca empoderar a los campesinos y campesinas de nuestro país, convirtiéndolos en agentes activos de su propio desarrollo y del progreso del sector rural, al garantizar el acceso equitativo del conocimiento y oportunidades de aprendizaje, así, se fortalece la economía rural y se reduce la brecha digital en el campo, impulsando la productividad, la competitividad y la generación de recursos en las comunidades agrícolas. De igual manera, esta propuesta promueve la sostenibilidad ambiental, incentivando prácticas agrícolas amigables con el medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.

Por tanto, para estimular el aprendizaje, la estrategia cuenta con diferentes materiales y recursos que buscan una participación activa de la comunidad campesina como:



Narraciones cautivadoras y personificaciones:

Los conceptos se presentan a través de historias y situaciones cotidianas del campo, conectando con la realidad de los agricultores y facilitando la comprensión.



Efectos de sonido y música ambiental:

se recrean ambientes rurales para crear una experiencia auditiva inmersiva y atractiva, manteniendo la atención y motivación de los participantes.



Encuentros presenciales de interacción:

se fomentan espacios presenciales para que los campesinos intercambien ideas, compartan experiencias y se apoyen mutuamente en su proceso de aprendizaje.





Material de apoyo:

son las cartillas digitales e impresas en las que se encuentra el contenido técnico para fortalecer las competencias de cada programa de formación.



Programas de radio:

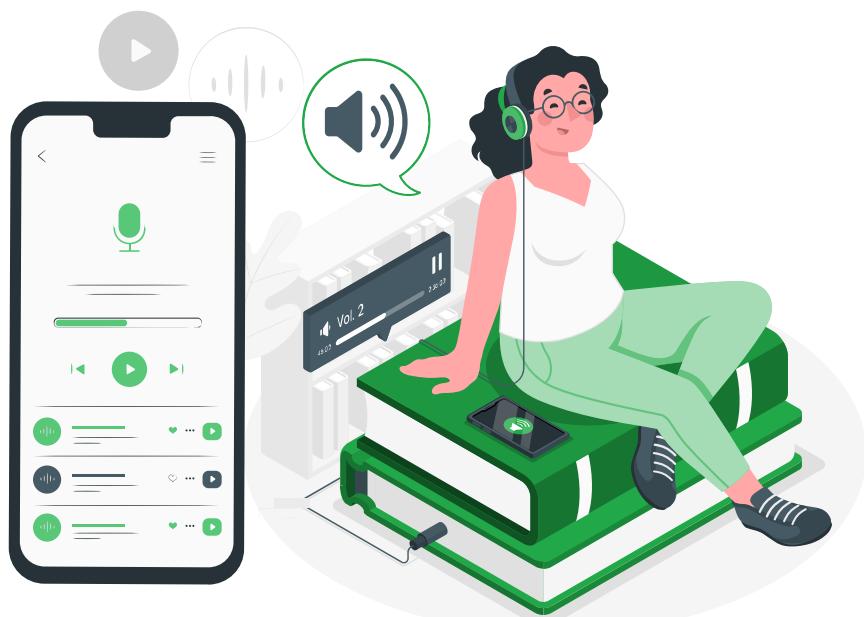
una parrilla de programas radiales que se transmitirán a través de diferentes emisoras de todo el país, donde los aprendices podrán escuchar las experiencias y el contenido diseñado para apoyar el proceso formativo.



Aplicación móvil:

una aplicación que contiene *podcasts*, cartilla digital, glosario y actividad interactiva, permitiendo que el aprendiz consulte el material sin necesidad de tener acceso a internet.

CampeSENA Radial es una apuesta por el futuro del campo colombiano, donde la educación se convierte en la herramienta fundamental para el progreso y la transformación social.



INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los factores que más mueve el mundo en diferentes niveles, por tal motivo, es de gran importancia que se encuentre regulado y reglamentado.

El turismo, como cualquier actividad, está sujeto a normas y procedimientos preestablecidos, esto con el fin de garantizar a los usuarios que las empresas prestadoras de este tipo de servicios cuentan con los documentos requeridos y establecidos por la ley para su buena operación.

1.1 LEGISLACIÓN TURÍSTICA

El entorno del turismo cuenta con una gran variedad de prestadores de servicios los cuales, en conjunto, hacen el todo de la oferta turística; por tal motivo, es de gran importancia que todos ellos se encuentren regulados; es decir, que estén regidos por la ley de cada país o lugar de operación.

OBJETIVO

Las empresas que ofrecen servicios turísticos, que cuentan con todo lo exigido por la ley, están ofreciendo calidad y, al mismo tiempo, brindando seguridad a sus clientes, por eso es de gran importancia que estas cumplan con la normatividad que se les exige.

1.2 IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

La industria turística es toda actividad que se relaciona con la interacción de los turistas en su lugar de destino, dicha oferta está compuesta por cada uno de los planes de los prestadores de servicios.

OBJETIVO

Como la industria turística está conformada por las empresas prestadoras de servicios que ofrecen planes a los visitantes, es importante identificar cuáles hacen parte de este proceso y cómo están divididas.



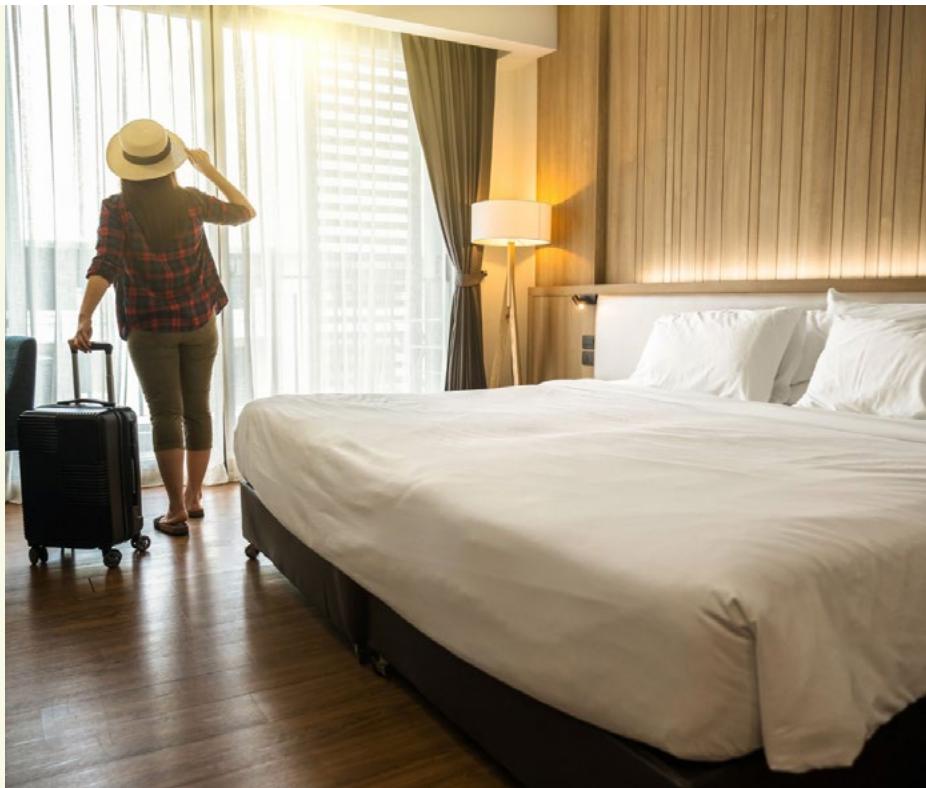


Empresas que conforman la industria turística

Exploraremos un enfoque de *marketing* que clasifica a los clientes como *consumer*, *prosumer* y *adprosumer*, destacando la interacción en la creación turística.

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

- ▶ Hoteles.
- ▶ Hostales.
- ▶ Villas.
- ▶ Tiempo compartido.
- ▶ Alojamientos rurales.



EMPRESAS DE RESTAURACIÓN

- ▶ Cafeterías.
- ▶ Bares.
- ▶ Cafés - bares.
- ▶ Tabernas.
- ▶ Salones de eventos.

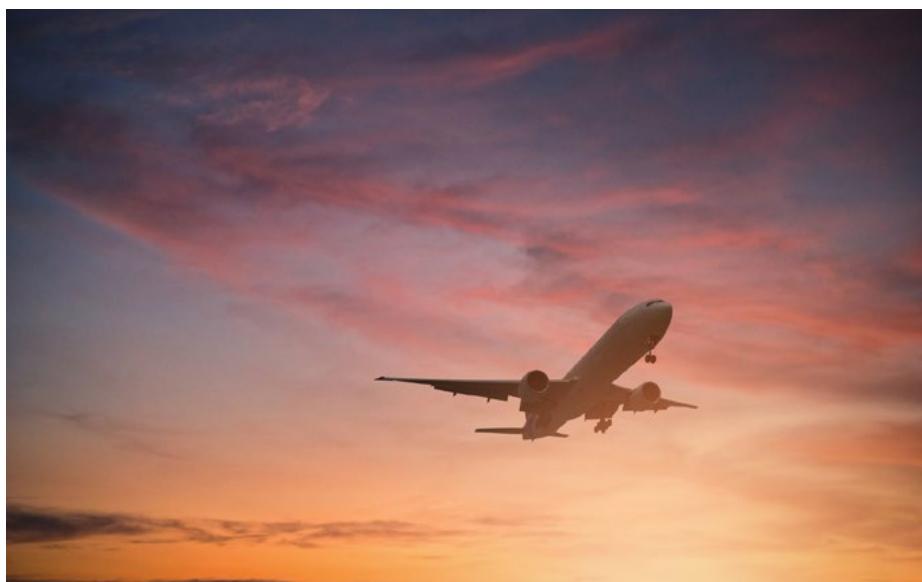
EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN

- ▶ Agencias de viajes.
- ▶ Centrales de reserva.
- ▶ Empresas de intercambio vacacional.



EMPRESAS DE TRANSPORTE

- ▶ Aéreo.
- ▶ Terrestre.
- ▶ Marítimo.



EMPRESAS DE ESPARCIMIENTO Y CULTURA

- ▶ Parques temáticos.
- ▶ Espectáculos.
- ▶ Casinos.
- ▶ Campos de golf.
- ▶ Eventos deportivos.



El objetivo principal de estas empresas es poder entrelazarse entre sí y brindar un servicio de calidad que, junto al cumplimiento de la normatividad, ofrecen al cliente confianza y una gran experiencia.



Entidades territoriales

Son aquellas partes en las que se divide el territorio nacional para facilitar su administración.

La Constitución Política de Colombia (1991): establece que el territorio colombiano está organizado administrativamente en departamentos, municipios, distritos y entidades territoriales indígenas.



Departamentos:

Son entidades territoriales intermedias entre la nación y el municipio.



Municipios:

Son entidades territoriales pequeñas que constituyen la base de la organización política y administrativa de nuestro país.



Distritos:

Son ciudades que, por su importancia política, económica o cultural, se diferencian de los demás municipios. Existen distritos turísticos, comerciales, culturales, portuarios y capital.



Entidades territoriales indígenas:

Son aquellos territorios habitados por uno o más pueblos indígenas.

Están gobernados por sus propias autoridades: los consejos indígenas.



Colombia cuenta con tres tipos de ciudades que por su importancia: cultural e histórica, política o turística, cuentan con el nombre de distrito, ellas son:



→ **Santa Marta**
Distrito cultural e histórico

→ **Cartagena de Indias**
Distrito turístico y cultural

→ **Bogotá**
Distrito Capital



- ▶ Santiago de Cali: Distrito especial, deportivo, cultural, turístico, empresarial y de servicios.
- ▶ Riohacha: Distrito especial turístico y cultural.
- ▶ Buenaventura: Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico.

Por otra parte, Colombia cuenta con varias entidades territoriales indígenas, distribuidas en diferentes partes de la geografía nacional. Dentro de estos territorios indígenas se destaca la Amazonía por la riqueza cultural de sus etnias y su biodiversidad.

POR OTRA PARTE, CUENTA CON UN TERRITORIO INDÍGENA UBICADO EN LA AMAZONIA.





Actividad

¡Hola, aprendiz SENA!

Así como en el campo es importante conocer por qué un cultivo trae empleo y mejora la vida de las familias, en el turismo también hay una "industria" que genera muchos beneficios. Esta industria no solo es para hoteles, sino también para quienes ofrecen hospedaje rural, transporte, comida típica o artesanías. En esta actividad, vamos a conocer mejor qué hace la industria turística y por qué es tan valiosa para nuestras regiones.

Instrucciones:

Relacione cada beneficio de la industria turística de la **columna A** con su descripción en la **columna B**, escribiendo la letra correcta en el paréntesis.

COLUMN A (BENEFICIO)		COLUMN B (DESCRIPCIÓN)
1	Empleo rural ()	A Ayuda a que las personas del campo puedan vender más sus productos y recibir más turistas.
2	Cultura viva ()	B Se crean puestos de trabajo como guías, cocineros, conductores o anfitriones en posadas.
3	Comercio local ()	C Fortalece el sentido de pertenencia y permite conservar bailes, comidas y costumbres.
4	Imagen del territorio ()	D Cuando una región es conocida por su turismo legal y organizado, es mejor valorada.
5	Desarrollo regional ()	E Genera inversión en vías, servicios y oportunidades para la comunidad.

¡Muy bien!

Comprender la importancia de la industria turística te permitirá valorar el potencial de tu vereda o municipio para recibir visitantes y crecer con responsabilidad.

¡Siga cultivando conocimientos para fortalecer su región!

1.3 PRINCIPIOS DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

La industria turística es de gran importancia para el desarrollo de cada destino, por lo tanto, debe contar con una gran variedad de prestadores de servicios que, en conjunto, brinden a los visitantes experiencias únicas.



Generalidades

El turismo aporta de manera significativa al fortalecimiento sostenible (social, cultural, económico, ambiental) del país y a las diferentes entidades territoriales. Como industria, busca la productividad y competitividad del sector, y quienes desarrollan esta actividad (prestadores de servicios turísticos) deben aplicar de forma adecuada los principios que rigen la industria turística, dados los lineamientos que enmarcan el desarrollo de su economía, dinamismo y fortalecimiento.



► Concertación

En virtud del cual las decisiones y actividades del sector se socializarán en acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, tanto del sector estatal como del sector privado nacional e internacional, para el logro de los objetivos comunes que beneficien el turismo.



► Coordinación

En virtud del cual las entidades públicas que integran el sector turismo actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones.



► Descentralización

En virtud del cual la actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado en sus áreas de competencia.



► Planeación

En virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual formará parte del plan nacional de desarrollo.



► Libertad de empresa

En virtud del cual, y de conformidad con lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservarán el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios.



► Fomento

En virtud del cual el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general, todo lo relacionado con esta actividad en todo el territorio nacional.



► Facilitación

En virtud del cual los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística simplificarán y allanarán los trámites y procesos que el Consejo Superior de Turismo identifique como obstáculos para el desarrollo del turismo.



► Desarrollo social, económico y cultural

El turismo, conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.



► Desarrollo sostenible

El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.



► Calidad

En virtud del cual, es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional.



► Competitividad

En virtud del cual, el desarrollo del turismo requiere propiciar las condiciones necesarias para el mejoramiento continuo de la industria turística, de forma que, mediante el incremento de la demanda, genere riqueza y fomente la inversión de capital nacional y extranjero.



► Accesibilidad

En virtud del cual, es deber del sector turístico propender, conforme al artículo 13 de la Constitución Política, la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades.



► Protección al consumidor

Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas.

Actividad



¡Hola de nuevo, aprendiz campesino!

Ya vimos cómo está "organizada" la industria turística, ahora vamos a ver cuáles son los "cimientos" sobre los que se construye. Entender estos principios es como conocer las reglas básicas para que una finca próspera: cada principio tiene su función especial para que el turismo crezca fuerte y sano.

Instrucciones:

Lea el siguiente párrafo y complete los espacios en blanco usando las palabras del recuadro. Cada palabra se usa una sola vez.

- | | | |
|-------------------------------|------------------------|---------------------------------|
| 1. fomento | 2. coordinación | 3. desarrollo sostenible |
| 4. concertación | 5. planeación | 6. calidad |
| 7. descentralización | | |
| 8. libertad de empresa | | |

- a.** El principio más importante para que los sectores público y privado trabajen juntos es la _____. Esto es como cuando los campesinos de una vereda se organizan para sacar adelante un proyecto.
- b.** Las entidades públicas deben actuar de manera organizada, por eso existe el principio de _____, que es como cuando todos los miembros de una cooperativa trabajan en equipo.
- c.** Para que cada región maneje sus asuntos turísticos según sus necesidades, aplicamos la _____, así como cada finca tiene su propio sistema según el terreno y el clima.
- d.** Todo el trabajo turístico debe seguir un orden, por eso existe la _____, que es como hacer el cronograma de siembra y cosecha en el campo.
- e.** Colombia garantiza que cualquier persona pueda montar su negocio turístico gracias al principio de _____, igual que usted tiene derecho a cultivar lo que considere mejor en su tierra.
- f.** El Estado apoya y protege toda actividad turística mediante el _____, como cuando el gobierno apoya a los campesinos con programas especiales.
- g.** Para cuidar nuestros recursos naturales y culturales para las futuras generaciones, aplicamos el _____, como cuando rotamos cultivos para no agotar la tierra.
- h.** Los servicios turísticos deben ser excelentes, por eso buscamos la _____ en todo lo que ofrecemos a los visitantes.

¡Excelente trabajo!

Ahora conoce los principios fundamentales que sostienen la industria turística. Este conocimiento le permitirá entender mejor cómo funciona el sector turístico en Colombia y cómo puede participar en él desde su región. ¡Continúe con esa dedicación!

Resuestas:
a) concertación b) coordinación c) descentralización d) planeación e) libertad de empresa f) fomento g) desarrollo sostenible h) calidad



1.4 INCENTIVOS TRIBUTARIOS

En el sector del turismo, como en cualquier otro sector económico, el gobierno logra generar incentivos a los prestadores de servicios, con el fin de incrementar los ingresos. Estos incentivos están regulados por normas, leyes y decretos estipulados que cada prestador debe aplicar según la actividad realizada.

Por tal motivo, se creó la Ley de Financiamiento 1943 de 2018, la cual busca brindar incentivos en el sector del turismo; éstos, a su vez, buscan dar un trato especial a las pequeñas y medianas empresas que quieran abrir nuevos establecimientos hoteleros o realizar alguna remodelación; también aplican para los muelles turísticos, parques temáticos, operadores de ecoturismo y agroturismo. El Gobierno Nacional busca que los prestadores de servicios turísticos vean la posibilidad de invertir en Colombia en este sector; para ello cobrarán un impuesto de renta especial del 9 %.

Otro de los beneficios que otorga esta ley es que las pequeñas y medianas empresas que realicen sus actividades en torno a la economía naranja contarán con una renta de 0 % por un periodo de siete años a partir del año gravable 2019.



Registro Nacional de Turismo (RNT)

El Registro Nacional de Turismo (RNT), es un documento que cualquier prestador de servicios turísticos en Colombia debe tener, esto con el fin de realizar sus operaciones en el país de manera adecuada.

Inscripción del Registro Nacional de Turismo

El proceso de inscripción del Registro Nacional del Turismo, debe ser realizado por cada prestador de servicios turísticos de manera individual; es decir, si se trata de una cadena hotelera que en el país cuenta con cinco hoteles, cada uno de ellos debe de realizar la solicitud de manera independiente. Para completar este proceso, se debe cumplir con la información requerida en el formulario de inscripción.



La duración es de un año y este debe ser actualizado entre enero y marzo del año en vigencia.

Cancelación del Registro Nacional de Turismo

Los motivos por los cuales se puede realizar la cancelación del Registro Nacional de Turismo son los siguientes:

- ▶ Por decisión de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- ▶ Por inactividad.
- ▶ Por solicitud del prestador.
- ▶ Cuando el prestador de servicios turísticos no renueve durante dos periodos.





Fondos de promoción

Cuando se habla de fondos de promoción turística, se hace énfasis en las entidades encargadas de ayudar al crecimiento de las empresas que prestan este tipo de servicio y a promocionar el turismo de una manera adecuada.

OBJETIVO

Ayudar a la economía del sector turístico e incentivar a las pequeñas y grandes empresas a la dinamización del sector.



Entidades adscritas y vinculadas

Artesanías de Colombia

Tiene como objetivo principal incrementar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional, logrando un desarrollo integral sostenido que se manifieste en el mejoramiento del nivel de vida, que se refleje tanto en un índice creciente de ingresos y espacios de participación social, como en una mayor productividad y posicionamiento de la artesanía en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. (Artesanías de Colombia, s.f.)

Procolombia

PROCOLOMBIA es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia.

A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios. (Procolombia, s.f.)

Bancoldex

Bancoldex es un establecimiento de crédito bancario que opera como un “banco de segundo piso”, cuyo objeto principal es el de financiar las necesidades de capital de trabajo y activos fijos de proyectos o empresas viables de todos los tamaños y sectores de la economía colombiana. (Bancoldex, 2018)

iNNpulsa Colombia

Es una Unidad de Gestión de Crecimiento Empresarial del Gobierno Nacional, creada en febrero de 2012, para promover el emprendimiento, la innovación y la productividad como ejes para el desarrollo empresarial y la competitividad de Colombia. Trabajan para forjar las empresas del futuro empresas innovadoras y productivas que son fuente de riqueza y prosperidad para el país. (iNNpulsa Colombia, s.f.)

Viceministerio de Turismo

El Viceministerio de Turismo contempla en la normatividad vigente algunas funciones propias de su labor, las cuales contribuyen y regulan la actividad turística nacional con incidencia regional y local, la importancia de conocer estas funciones radica en la orientación y conocimiento que cualquier persona que se desempeñe con actividades turísticas pueda obtener, así como diferenciar a qué ente gubernamental puede acudir o direccionar sus consultas.

Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A

Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A., es una sociedad de economía mixta adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y filial del Banco de Comercio Exterior Bancoldex.

A través de sus servicios financieros, se busca apoyar al sector empresarial en el crecimiento de sus negocios y contribuir al desarrollo del país. De igual manera, se consideran un aliado para las personas naturales y jurídicas en la inversión y ahorro por medio de fondos de inversión colectiva. La Fiduciaria es vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, la Contraloría General de la República y calificada por Fitch Ratings. (Fiducoldex, s.f.)

Superintendencia de Industria y Comercio

La Superintendencia de Industria y Comercio es un organismo técnico, de carácter administrativo, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuya actividad está orientada a fortalecer los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumo colombiano.

En ese sentido, la Superintendencia de Industria y Comercio cuenta con específicas funciones para salvaguardar los derechos de los consumidores, proteger la libre competencia y ejercer como Autoridad Nacional de Propiedad Industrial.

También cuenta con funciones para vigilar el cumplimiento de las normas relacionadas con la administración de datos personales, reglamentos técnicos, metrología legal y por último, vigilar las Cámaras de Comercio.

En materia de protección al consumidor, la Ley 1480 de 2011 (Estatuto de Protección al Consumidor) asignó a la Superintendencia de Industria y Comercio facultades tanto administrativas como jurisdiccionales. (Red Nacional de Protección al Consumidor, s.f.)

Fondo Nacional de Garantías (FNG)

El Fondo Nacional de Garantías S.A., es la entidad a través de la cual el Gobierno Nacional, busca facilitar el acceso al crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el otorgamiento de garantías. Adicionalmente, el FNG respalda préstamos destinados a financiar la adquisición de viviendas de interés social. El FNG, no garantiza créditos destinados al sector agropecuario, por cuanto para estos existe el respaldo del Fondo Agropecuario de Garantías, administrado por Finagro.

Para acceder a la garantía del FNG, la empresa o persona interesada debe acudir al intermediario financiero ante el cual vaya a solicitar el crédito, donde se le brindará la información requerida y se atenderán todos los trámites relacionados con la garantía. Para información adicional, puede acudir al FNG o a los Fondos Regionales de Garantías. (Fondo Nacional de Garantías, s.f.)



Funciones de carácter del Viceministerio de Turismo

Según el Decreto 2785 de 2006, las funciones de carácter del Viceministerio de Turismo son:

- ▶ Concertar, ejecutar y evaluar la política turística, así como los planes y programas derivados de ésta, en articulación con las entidades competentes de los sectores privado y público del sector, con el fin de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos, y promover el turismo doméstico y receptivo.
- ▶ Decidir en segunda instancia, sobre las quejas presentadas por incumplimiento de servicios por parte de los prestadores de servicios turísticos y demás infracciones contempladas en las normas legales vigentes sobre la materia.
- ▶ Ejercer la coordinación necesaria para llevar el Registro Nacional de Turismo, el Sistema de Información Turística y lo relacionado con la certificación de la prestación de servicios hoteleros en establecimientos nuevos, remodelados y ampliados para acceder a la exención tributaria, de acuerdo con lo previsto en el artículo 18 de la Ley 788 de 2002; que adicionó el artículo 207-2 del Estatuto Tributario, reglamentado por los artículos 5°, 7° y 9° del Decreto 2755 de 2003 y demás normas que lo modifiquen.
- ▶ Velar por la aplicación del Plan de Desarrollo Administrativo específico del área de su competencia.



Objetivos y funciones de la estructura de los órganos de regulación en turismo

Para comprender la estructura que regula la actividad turística, es necesaria la identificación de entes especiales que son los actores clave en la regulación de la actividad turística en Colombia.

A continuación, se presenta la razón de ser de cada uno de ellos y el rol que desempeñan dentro de la legislación turística colombiana.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012):





Estructura de regulación de la actividad turística. (entes y competencias)



EL CONSEJO SUPERIOR DE TURISMO

Constituirá el máximo organismo consultivo del Gobierno Nacional en materia turística. Desarrollará en la órbita de su competencia las funciones previstas en el artículo 16 del Decreto 1050 de 1968 y en la presente ley.

Consejo superior de la microempresa y de la pequeña y mediana empresa.

Los empresarios del sector turístico estarán representados en el Consejo Superior de Microempresa y en el Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, creados por el artículo 5° del Decreto-Ley 210 de 2003, por un representante de los gremios pertenecientes al sector turístico.



LOS CONSEJOS DE SEGURIDAD TURÍSTICA

Se encuentran dentro de la estrategia “Red de seguridad turística” contemplada en el Plan Estratégico de Seguridad Turística, documento elaborado por el Ministerio de Desarrollo Económico (hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y la Policía Nacional.

Incrementar la seguridad para los usuarios de servicios turísticos, mediante el establecimiento de estrategias, a partir de las cuales la policía de turismo, en coordinación con el ministerio y las entidades territoriales, implementan proyectos y actividades que promuevan medidas de control y prevención dirigidas a los prestadores de servicios turísticos, vigilancia y protección de los atractivos turísticos e información y orientación al turista.



CONSEJO CONSULTIVO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Asesorar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la concepción, definición y formulación de las políticas, programas y proyectos de desarrollo y competitividad del turismo.



Prestadores de servicios turísticos que deben efectuar el Registro Nacional de Turismo

Según el artículo 62 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 12, de la Ley 1101 de 2006, los prestadores de servicios turísticos que se deben registrar son los siguientes:



- ▶ Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas. Decreto 2590 de 2009.



- ▶ Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras. Decreto 502 de 1997 y Decreto 53 de 2002.
- ▶ Las oficinas de representaciones turísticas. Artículo 25 del Decreto 504 de 1997, modificado por el artículo 7 del Decreto 2074 de 2003.

- ▶ Los guías de turismo. Decreto 503 de 1997 y Decreto 1825 de 2001.



- ▶ Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones. Decreto 1824 de 2001.



- ▶ Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional. Decreto 174 de 2001 y Resolución No. 161 de 2012 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- ▶ Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas. Decreto 2131 de 1991.



- ▶ Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad. Decreto 1076 de 1997.
- ▶ Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes. Decreto 2395 de 1999, Resoluciones No. 347 y 348 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

- ▶ Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados. Artículo 30 del Decreto 504 de 1997, modificado por el artículo 10 Decreto 2074 de 2003.
- ▶ Los concesionarios de servicios turísticos en parque.
- ▶ Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico. Decreto 174 de 2001.



- ▶ Los parques temáticos. Artículo 20 de la Ley 1225 de 2008. (Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío, s.f.)
- ▶ Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.



Actividad

3

¡Saludos, aprendiz!

Así como el gobierno apoya a los campesinos con programas para sembrar, también existen **incentivos tributarios** para quienes hacen turismo de forma legal y organizada. Con esta actividad, podrá verificar lo aprendido sobre este tema.

Instrucciones:

Lea cada una de las siguientes afirmaciones y marque con una X si es Verdadera (V) o Falsa (F), según lo que ha aprendido.

Enunciado	1	Los incentivos tributarios solo aplican para hoteles de lujo en las ciudades.	<input type="checkbox"/> Verdadero	<input type="checkbox"/> Falso
Enunciado	2	Un prestador de servicios turísticos formal puede acceder a beneficios del gobierno.	<input type="checkbox"/> Verdadero	<input type="checkbox"/> Falso
Enunciado	3	Fontur es una organización privada que maneja el turismo en Colombia.	<input type="checkbox"/> Verdadero	<input type="checkbox"/> Falso
Enunciado	4	Los recursos del Fondo de Promoción Turística ayudan a mejorar la competitividad del sector.	<input type="checkbox"/> Verdadero	<input type="checkbox"/> Falso
Enunciado	5	No existen apoyos económicos para el turismo rural en Colombia.	<input type="checkbox"/> Verdadero	<input type="checkbox"/> Falso
Enunciado	6	La contribución parafiscal es un impuesto que solo pagan los turistas extranjeros.	<input type="checkbox"/> Verdadero	<input type="checkbox"/> Falso
Enunciado	7	Restaurantes turísticos con ventas altas también deben pagar contribución parafiscal.	<input type="checkbox"/> Verdadero	<input type="checkbox"/> Falso
Enunciado	8	Los recursos de Fontur también pueden utilizarse para campañas que protejan a los menores del turismo ilegal.	<input type="checkbox"/> Verdadero	<input type="checkbox"/> Falso

¡Muy bien! Comprender los incentivos tributarios te ayuda a valorar los beneficios de trabajar de manera legal en el turismo. ¡Siga explorando cómo mejorar su emprendimiento rural!

Respuestas: 1F, 2V, 3F, 4V, 5F, 6F, 7V, 8V

1.5 DERECHOS Y DEBERES DEL TURISTA

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s.f.), antes de realizar la contratación de un servicio turístico se debe tener en cuenta lo siguiente:

- ▶ Recibir los servicios contratados en los términos ofrecidos y pactados.
- ▶ Cuando se incumplan de manera total o parcial los servicios ofrecidos o pactados, o por sobreventa, tiene derecho, a su elección, de recibir otro servicio de la misma calidad, o el reembolso o compensación por el servicio incumplido.
- ▶ En el Registro Nacional de Turismo (RNT), deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen operaciones en Colombia. Es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse anualmente.

Como turista, al elegir un prestador de servicios turísticos formal e inscrito en el RNT, se contribuye a:

- ▶ Garantizar que se reciben los servicios por los que se pagó y proteger los derechos como turista.
- ▶ Promover la formalidad en el sector.
- ▶ Impulsar la generación de empleo.

Si usted como turista identifica que uno de los prestadores de servicios turísticos no cuenta con el RNT o este no está vigente, debe de:

- ▶ Avisar a la policía de turismo.
- ▶ Avisar a alcaldías distritales o municipales.
- ▶ Avisar a un grupo de protección al turista, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Derechos de los turistas

- ▶ Recibir los servicios por él contratados en los términos ofrecidos y pactados. Esto quiere decir que el prestador de servicios turísticos debe cumplir a cabalidad con el contrato y brindar el servicio en los términos que fueron acordados. Por ejemplo: si se trata de una agencia de viajes que vende un paquete turístico en el que se incluía alimentación completa, el turista tendrá derecho a ese tipo de alimentación.
- ▶ Recibir una información veraz sobre los servicios que se ofrecen y saber cuáles estarán incluidos y excluidos en el contrato que él realizará.
- ▶ Conocer cuáles serán las obligaciones que adquiere con el prestador de servicios turísticos y el alcance de tales obligaciones.
- ▶ Recibir a su elección, otro servicio de la misma calidad, o el reembolso o compensación por el servicio incumplido, cuando se incumplan de manera total o parcial los servicios ofrecidos o pactados, o por sobreventa.
- ▶ Recibir, en general, un trato justo y amable por parte de los prestadores de servicios turísticos.

Deberes de los turistas

- ▶ Cumplir a cabalidad las obligaciones contraídas en virtud del contrato con el prestador de servicios turísticos.
- ▶ Presentarse y utilizar los servicios pactados.
- ▶ Pagar el 20 % de la totalidad del precio o tarifa establecida cuando no se presente a hacer uso de los servicios contratados. En caso de que el prestador de servicios turísticos le haya pedido un anticipo, no será necesario hacer ese pago, ese prestador tendrá derecho a quedarse con el anticipo si así lo hubiesen pactado.
- ▶ Dar un trato justo y amable al prestador de servicios turísticos y al personal que le esté brindando el servicio. (Giraldo, C. M., Restrepo, O. C., Heredia, V. y Arroyave, E., 2014).





Marco institucional

Para entender, cómo es la organización del sector turístico de cada región y quiénes lo conforman, es de vital importancia que se identifiquen cuáles son las políticas de turismo, planes de desarrollo y normativas. Para tal fin, es indispensable dividir la actividad turística en dos: la primera, entender su parte pública, quiénes la conforman, cuáles intervienen y quiénes controlan el sector. La segunda, entender cómo se conforman las entidades privadas, las cuales están orientadas a realizar controles a las empresas que hacen parte de la actividad.



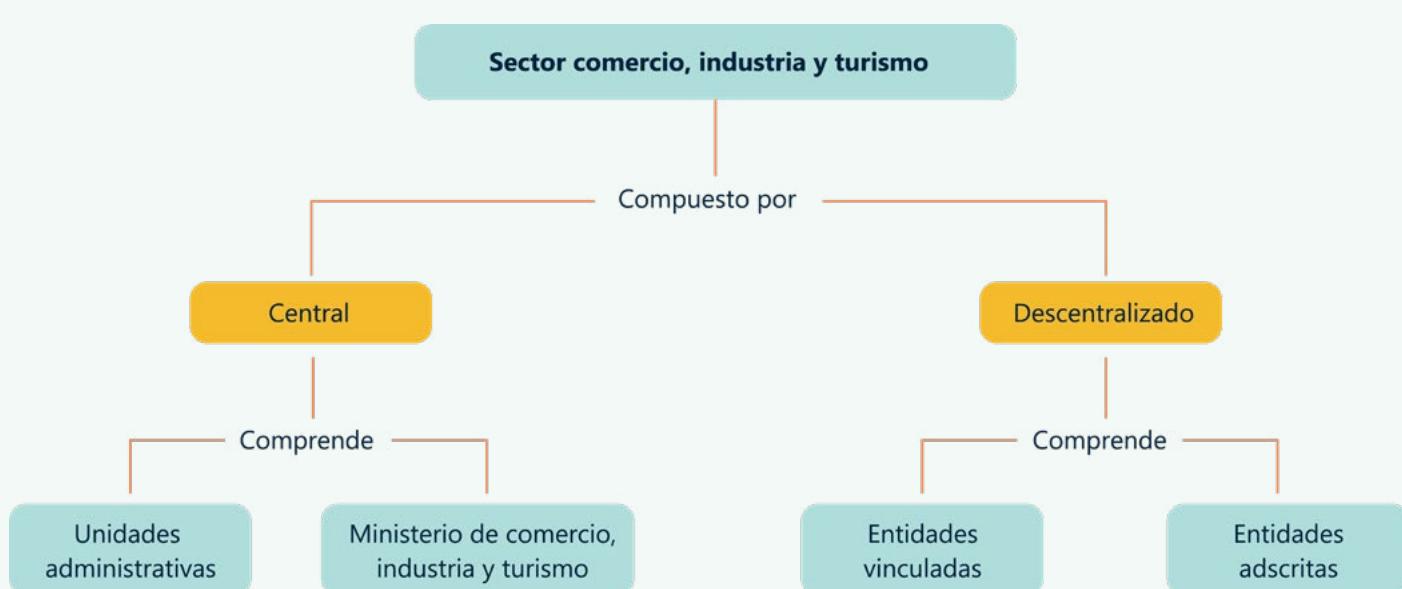
Estructura del sector turismo

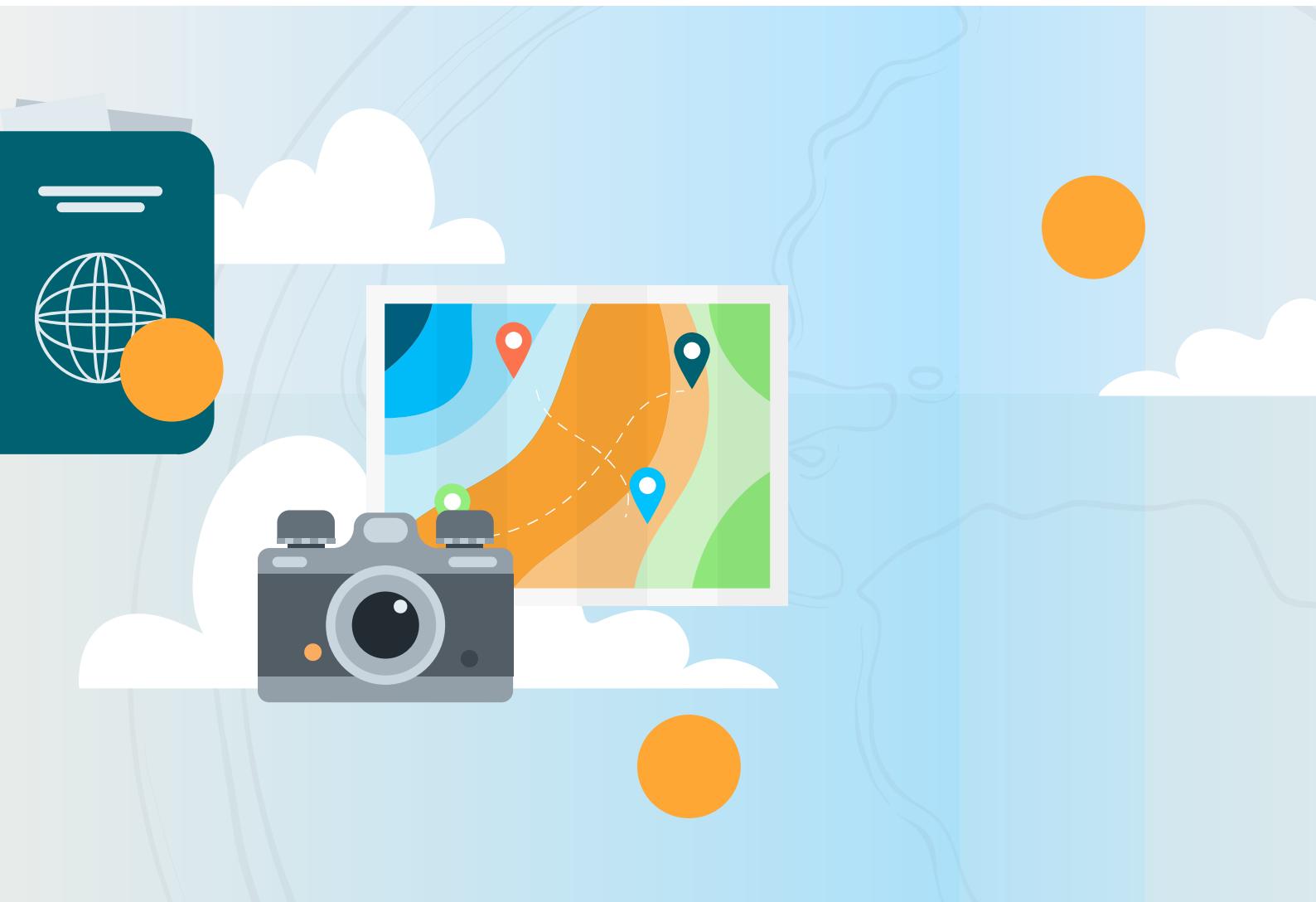
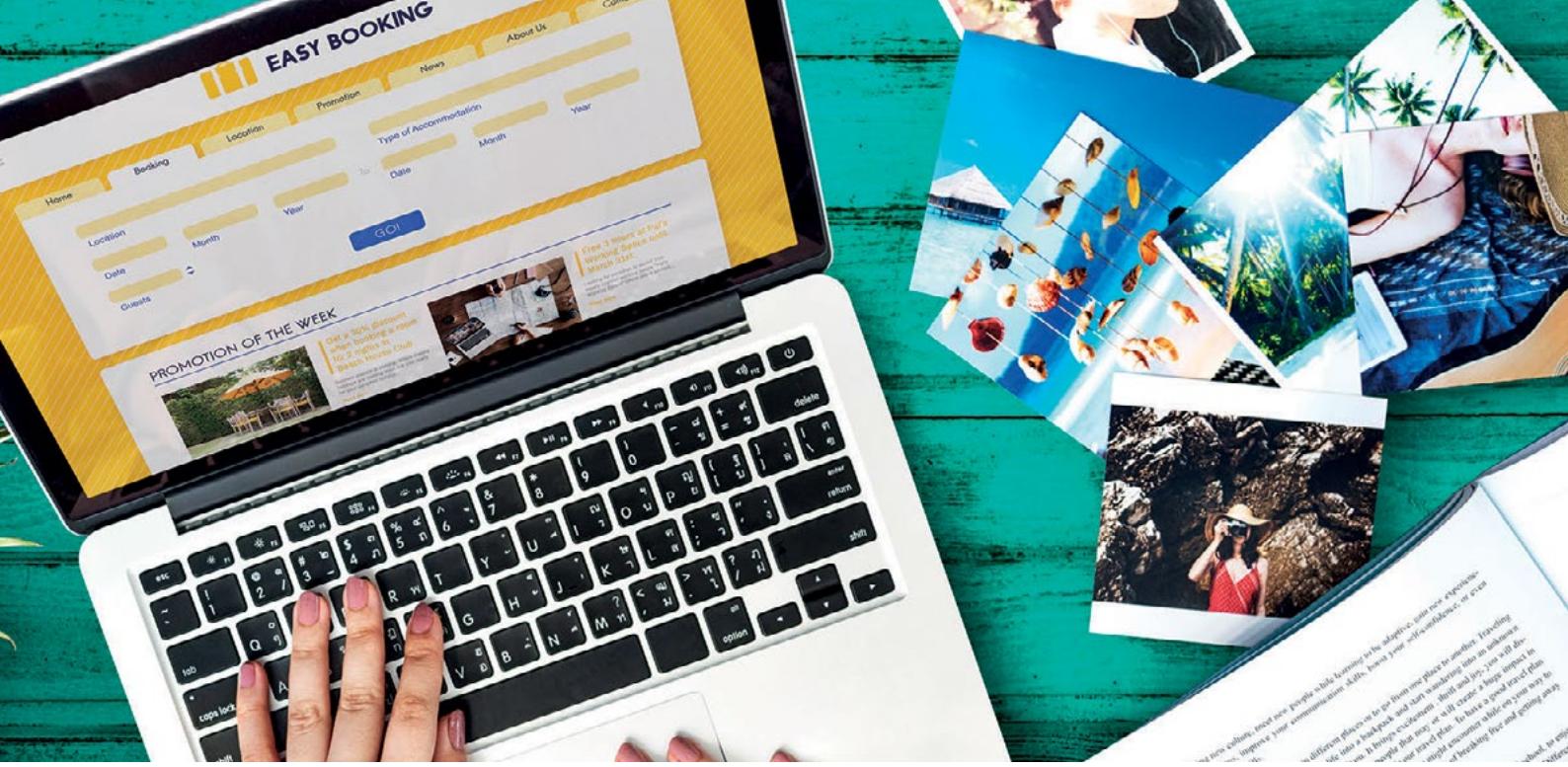
El turismo en Colombia se encuentra regido por varias normas que lo reglamentan:

La Ley 300 de 1996, conocida como Ley General de Turismo, crea y organiza el Viceministerio de Turismo, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

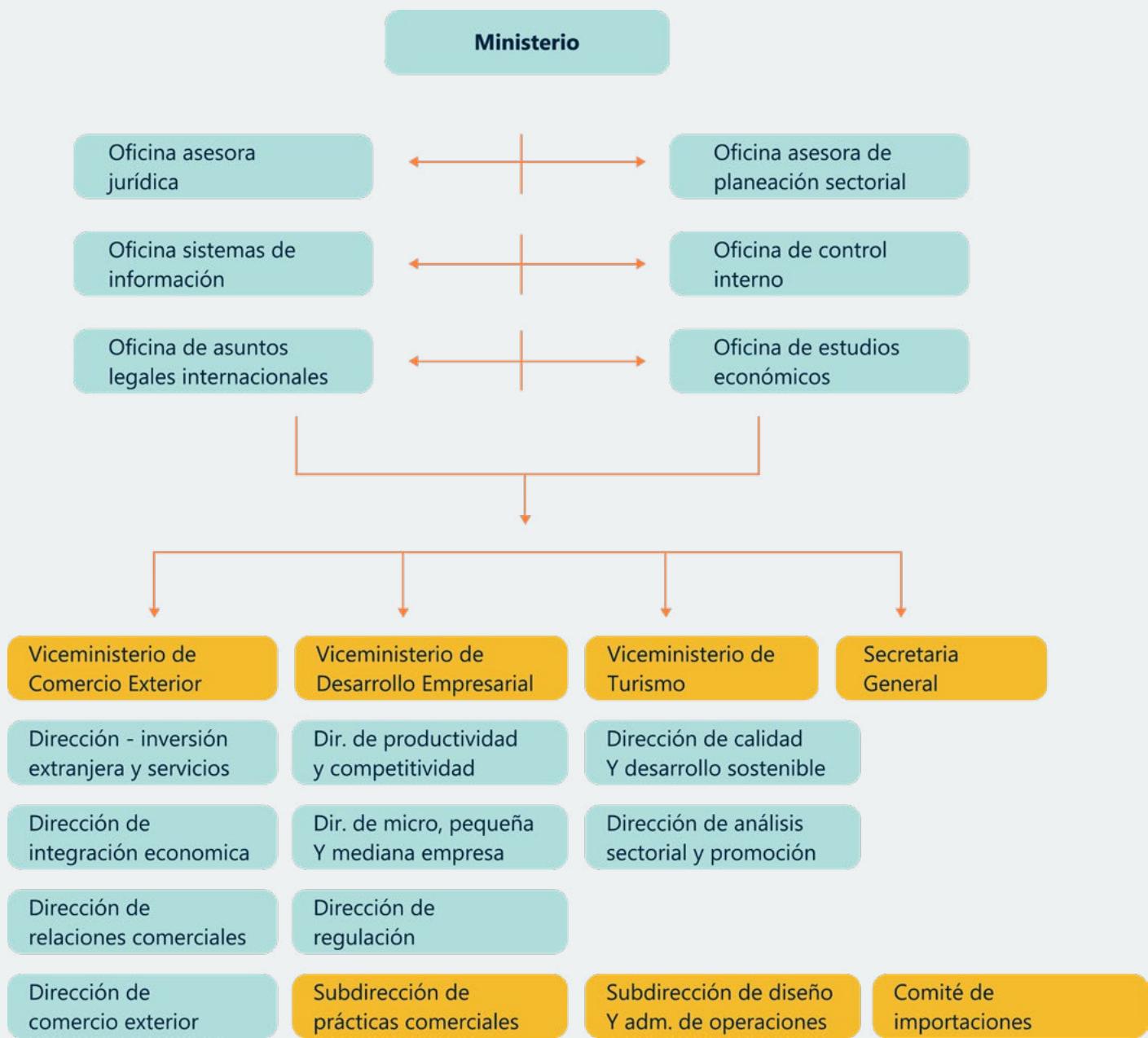
La Ley 489 de 1998, que no es una norma directamente para la gestión del turismo, establece disposiciones sobre la organización y el funcionamiento de las entidades del orden nacional, se toma como un referente porque le da especial relevancia al tema de descentralización, desconcentración y delegación de funciones en las entidades territoriales.

Estructura del sector comercio, industria y turismo





Organigrama del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s.f.):



En la estructura del sector, representada en el anterior organigrama del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se observan los siguientes componentes importantes:

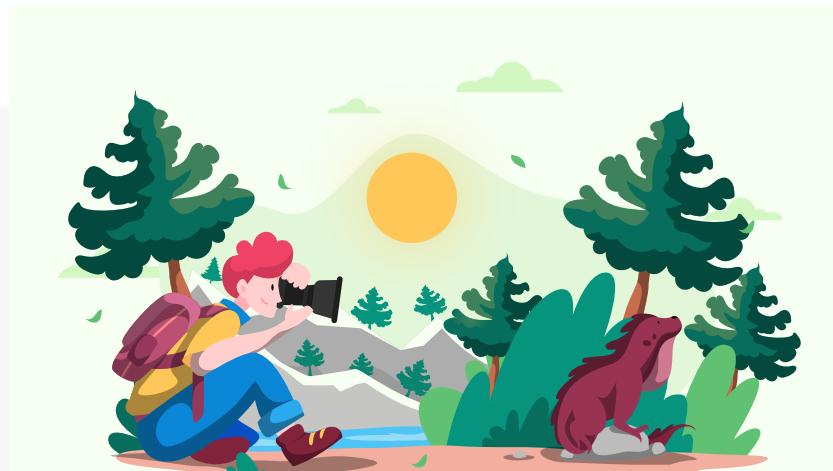
- ▶ El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es una entidad centralizada del sector de comercio, industria y turismo.
- ▶ El Ministerio, en cabeza del ministro, tiene a su cargo tres viceministerios, entre ellos. El Viceministerio de Turismo que, a su vez, cuenta con dos direcciones: Dirección de Análisis Sectorial y Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo.





Turismo Colombiano

- ▶ Sector mixto
- ▶ Sector oficial
- ▶ Sector privado



Conformación del sector oficial



Estructura del sector turismo

- ▶ Ley 300 de 1996. Ley General de Turismo.
- ▶ Ley 1101 de 2006. Modifica la Ley 300.
- ▶ Ley 1429 de 2010. Formalización y generación de empleo.
- ▶ Decreto-Ley 019 de 2012. Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios.
- ▶ Ley 1558 de 2012. Modifica la Ley 300.
- ▶ Decreto 502 de 1997. Por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes.



- ▶ Decreto 504 de 1997. Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo.
- ▶ Decreto 1075 de 1997. Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.
- ▶ Decreto 1076 de 1997. Por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico.
- ▶ Decreto 2074 de 2003. Por el cual se modifica el Decreto 504 de 1997.
- ▶ Decreto 2590 de 2009. Por el cual se reglamentan las Leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006.
- ▶ Decreto 2438 de 2010. Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las agencias de viajes.
- ▶ Resolución 4896 de 2011. Por la cual se establecen los requisitos para la actualización de la inscripción de los guías de turismo en el Registro Nacional de Turismo.
- ▶ Resolución 0161 de 2012. Por la cual se establecen los requisitos de inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los arrendadores de autos.

Las anteriores normas pueden ser consultadas en normatividad turística, en la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



Normas relevantes sobre actividad turística

La actividad turística en Colombia se encuentra soportada para su funcionamiento y regulación en normas de ordenamiento, entre las cuales se destacan: la Constitución Política de Colombia y las siguientes leyes: del Medio Ambiente, Orgánica del Plan de Desarrollo, Desarrollo Territorial, Cultura, General de Turismo y el estatuto de prevención de turismo sexual con menores.

A continuación, se citan los aspectos contemplados en la Constitución Política de Colombia (1991), que guardan relación con la actividad turística en la medida en que coadyuvan a impulsar el desarrollo de los destinos turísticos y conservar los bienes de uso público y patrimonio.



- ▶ Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas. (Art. 52).



- ▶ Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales. (Art. 8 y 95).



- ▶ Definen la educación como función social y desde allí el acceso a los bienes y valores de la cultura, la promoción y el fomento de la educación como deber del estado y la inclusión de la educación en los planes de desarrollo económico y social de las entidades territoriales. (Art. 67, 70 y 71).



- ▶ Protección de los bienes de uso público y patrimonio arqueológico los cuales son inalienables e inembargables. Es importante por cuanto se relaciona con la actividad turística en el aspecto que permite que los bienes enunciados los puedan disfrutar los turistas, mediante actividades permitidas y controladas para evitar su deterioro. (Art. 63 y 72).

- ▶ Plantea indirectamente desarrollo sostenible cuando garantiza el derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano y en la obligación del Estado de proteger la diversidad e integridad del ambiente y conservar las áreas de especial importancia ecológica prevenir los factores que ocasionen riesgos. (Art. 79 y 80).



- ▶ Protección y destinación al uso común del espacio público, el cual prevalece sobre el interés particular, al tiempo que determina la participación de las entidades públicas en la apoya la calidad en los destinos turísticos. (Art. 82).



- ▶ Facultad a las asambleas departamentales para expedir disposiciones para la planeación, desarrollo económico y social del turismo, constituye el marco para dirigir el desarrollo turístico con sentido económico y social, es decir en armonía con estos campos. (Art. 300).





Ley del Medio Ambiente (Ley 99 de 1993)

El estudio de la Ley del Medio Ambiente se hace necesario dadas las alternativas de diseño, estructuración, evaluación y presentación de proyectos de ecoturismo.

De otro lado, la ley del medio ambiente organiza el sistema nacional ambiental, y define los siguientes aspectos como base para la política ambiental. (Artículo 1).

- ▶ Orientar el proceso de desarrollo por los principios del desarrollo sostenible Declaración de Río de Janeiro de 1992.
- ▶ Proteger la biodiversidad patrimonio nacional y de la humanidad, las fuentes de agua, páramos, subpáramos, nacimientos, zonas de recarga de acuíferos y el paisaje como patrimonio común.
- ▶ Orientar las políticas poblacionales hacia el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
- ▶ Prioridad del uso de los recursos hídricos para el consumo humano.
- ▶ La prevención de desastres será materia de interés colectivo y sus medidas para evitarlos o mitigarlos serán obligatorias.
- ▶ Estudios de impacto ambiental base en la toma de decisiones en la construcción de obras y actividades que afecten el ambiente.
- ▶ Manejo ambiental descentralizado, participativo y democrático.
- ▶ Instituciones ambientales públicas considerarán criterios de manejo integral del medio ambiente y relación con procesos de planificación económica, social y física. (Ley del Medio Ambiente, 1993).





Funciones del Ministerio del Medio Ambiente

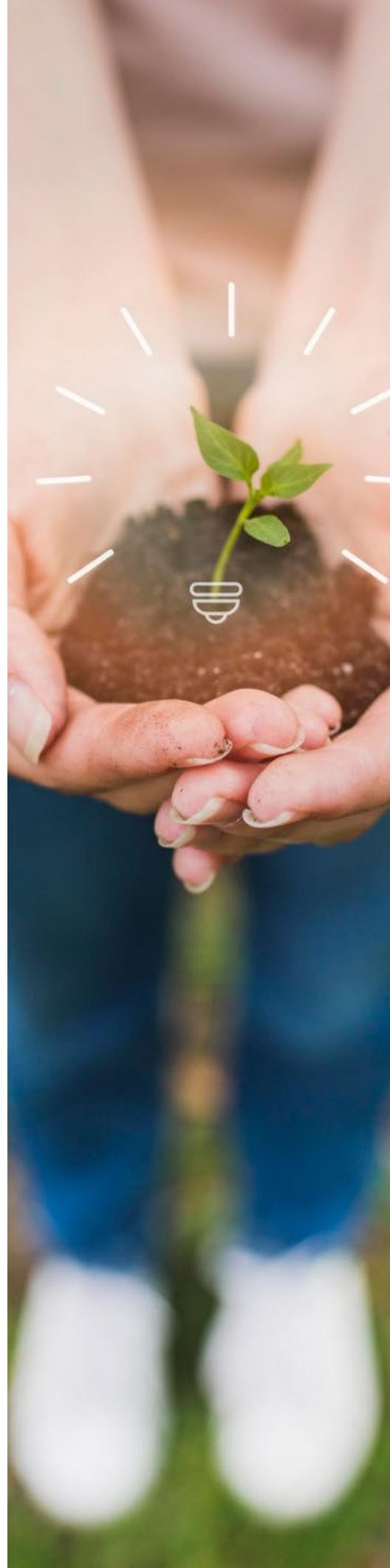
1. Diseñar y formular la política nacional en relación con el ambiente y los recursos naturales renovables, y establecer las reglas y criterios de ordenamiento ambiental de uso del territorio y de los mares adyacentes, para asegurar su conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del ambiente.
2. Diseñar y regular las políticas públicas y las condiciones generales para el saneamiento del ambiente, y el uso, manejo, aprovechamiento, conservación, restauración y recuperación de los recursos naturales, a fin de impedir, reprimir, eliminar o mitigar el impacto de actividades contaminantes, deteriorantes o destructivas del entorno o del patrimonio natural, en todos los sectores económicos y productivos.
3. Apoyar a los demás ministerios y entidades estatales, en la formulación de las políticas públicas, de competencia de los mismos, que tengan implicaciones de carácter ambiental y desarrollo sostenible y establecer los criterios ambientales que deben ser incorporados en esta formulación de las políticas sectoriales.
4. Participar con el Ministerio de Relaciones Exteriores en la formulación de la política internacional en materia ambiental y definir con éste los instrumentos y procedimientos de cooperación, y representar al Gobierno Nacional en la ejecución de tratados y convenios internacionales sobre ambiente recursos naturales renovables y desarrollo sostenible.
5. Orientar, en coordinación con el Sistema Nacional de Prevención y Atención de Desastres, las acciones tendientes a prevenir el riesgo ecológico.
6. Preparar, con la asesoría del Departamento Nacional de Planeación, los planes, programas y proyectos que, en materia ambiental, o en relación con los recursos naturales renovables y el ordenamiento ambiental del territorio, deban incorporarse a los proyectos del Plan Nacional de Desarrollo y del Plan Nacional de Inversiones que el Gobierno someta a consideración del Congreso de la República.
7. Evaluar los alcances y efectos económicos de los factores ambientales, su incorporación al valor de mercado de bienes y servicios, y su impacto sobre el desarrollo de la economía nacional y su sector externo; su costo en los proyectos de mediana y grande infraestructura, así como el costo económico del deterioro y de



la conservación del medio ambiente y de los recursos naturales renovables.

8. Realizar investigaciones, análisis y estudios económicos y fiscales en relación con los recursos presupuestales y financieros del sector de gestión ambiental, tales como: impuestos, tasas, contribuciones, derechos, multas e incentivos con él relacionados; y fijar el monto tarifario mínimo de las tasas por el uso y el aprovechamiento de los recursos naturales renovables, de conformidad con la ley.
9. Dirigir y coordinar el proceso de planificación y la ejecución armónica de las actividades en materia ambiental de las entidades integrantes del Sistema Nacional Ambiental -SINA-, dirimir las discrepancias ocasionadas por el ejercicio de sus funciones y establecer criterios o adoptar decisiones cuando surjan conflictos entre ellas en relación con la aplicación de las normas o con las políticas relacionadas con el uso, manejo y aprovechamiento de los recursos naturales renovables o del ambiente.
10. Ejercer la inspección y vigilancia sobre las corporaciones autónomas regionales, y ejercer discrecional y selectivamente, cuando las circunstancias lo ameriten, sobre los asuntos asignados a estas corporaciones la evaluación y control preventivo, actual o posterior, de los efectos del deterioro ambiental que puedan presentarse por la ejecución de actividades o proyectos de desarrollo, así como por la exploración, explotación, transporte, beneficio y utilización de los recursos naturales renovables y no renovables, y ordenar al organismo nacional competente para la expedición de licencias ambientales a cargo del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la suspensión de los trabajos o actividades cuando a ello hubiese lugar.
11. Coordinar, promover y orientar las acciones de investigación sobre el ambiente y los recursos naturales renovables y sobre modelos alternativos de desarrollo sostenible.
12. Establecer el Sistema de Información Ambiental, organizar el inventario de la biodiversidad y de los recursos genéticos nacionales; y administrar el Fondo Nacional Ambiental (FONAM) y sus subcuentas.
13. Diseñar y formular la política, planes, programas y proyectos; establecer los criterios, directrices, orientaciones y lineamientos en materia de áreas protegidas; formular la política en materia del Sistema de Parques Nacionales Naturales.

14. Reservar y alinderar las áreas que integran el Sistema de Parques Nacionales Naturales; declarar, reservar, alinderar, realinderar, sustraer, integrar o recategorizar las áreas de reserva forestal nacionales, reglamentar su uso y funcionamiento; y declarar y sustraer Distritos Nacionales de Manejo Integrado. Las corporaciones autónomas regionales en desarrollo de su competencia de administrar las reservas forestales nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 31 de la Ley 99 de 1993, realizarán los estudios técnicos, ambientales y socioeconómicos para los fines previstos en el presente numeral, con base en los lineamientos establecidos por este ministerio.
15. Elaborar los términos de referencia para la realización de los estudios con base en los cuales las autoridades ambientales declararán, reservarán, alinderarán, realinderarán, sustraerán, integrarán o recategorizarán, las reservas forestales regionales y para la delimitación de los ecosistemas de páramo y humedales sin requerir la adopción de los mismos por parte del ministerio.
16. Expedir los actos administrativos para la delimitación de los páramos.
17. Adquirir, en los casos expresamente definidos en la Ley 99 de 1993, los bienes de propiedad privada y los patrimoniales de las entidades de derecho público; adelantar ante la autoridad competente la expropiación de bienes por razones de utilidad pública o interés social definidas por la ley, e imponer las servidumbres a que hubiese lugar.
18. Constituir con otras personas jurídicas de derecho público o privado, asociaciones, fundaciones o entidades para la conservación, manejo, administración y gestión de la biodiversidad, promoción y comercialización de bienes y servicios ambientales, velando por la protección del patrimonio natural del país.
19. Las demás señaladas en las leyes 99 de 1993 y 388 de 1997 que no resulten contrarias a lo dispuesto en el presente decreto. (MinAmbiente, 2019).







LEY ORGÁNICA DEL PLAN DE DESARROLLO (LEY 152 DE 1994)

Se requiere su aplicación cuando se presentan proyectos con el fin de identificar las estrategias de desarrollo y programas de planificación, fomento y promoción de una región. Se tiene como referente para la elaboración de planes de desarrollo turístico.

Las entidades territoriales elaborarán y adoptarán de manera concertada entre ellas y el Gobierno Nacional, planes de desarrollo, con el fin de asegurar el uso eficiente de los recursos.

El Plan Nacional de Desarrollo debe contener una parte general y el plan de inversiones de las entidades públicas del orden nacional. En la parte general se incluyen los propósitos y objetivos nacionales de largo plazo, las metas y prioridades de la acción estatal a mediano plazo y las estrategias y orientaciones generales de la política económica, social y ambiental que adoptará el Gobierno. El plan de inversiones públicas contendrá los presupuestos plurianuales de los principales programas y proyectos de inversión. (Ley de 152 de 1992, art. 339-344).

LEY DE DESARROLLO TERRITORIAL (LEY 388 DE 1997)

Constituye una herramienta para dotar al Estado de un instrumento para guiar el ordenamiento territorial y promover el desarrollo socioeconómico de los municipios. Es indispensable para la elaboración de proyectos de inversión turística dado que en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) se organizan y clasifican las zonas de desarrollo de un territorio y es necesario consultar cuál es el área que corresponde para la zonificación turística del destino.

Los municipios y departamentos deben seguir las indicaciones de esta ley para la formulación de los respectivos POT.

- ▶ Reconocimiento sobre la necesidad de incorporar el componente cultural y de establecer áreas, límites, tipo de actuaciones y tratamientos de conservación y manejo de centros históricos; también establece el reconocimiento de compensaciones por la carga derivada del ordenamiento. (Ley 388 de 1997, art. 10, 11, 13, 15 y 48).

Señalamiento y medidas, entre otras, de las áreas para la protección del medio.

- ▶ Sanciones en las zonas de tratamiento de conservación sobre la reconstrucción de inmuebles de conservación. (Ley 388 de 1997, art. 48).
- ▶ Adquisición de inmuebles por enajenación voluntaria y expropiación judicial que podrán destinarse entre otros, a la ejecución de proyectos de turismo, y preservación del patrimonio cultural y natural y la aplicación del concepto de compensaciones. (Ley 388 de 1997, art. 58).
- ▶ Restitución de elementos del espacio público. (Ley 388 de 1997, art. 107).

LEY DE CULTURA (LEY 397 DE 1997)

Se requiere su estudio cuando se presentan proyectos con el fin de elaborar planes de manejo atractivos culturales e históricos, diseño de políticas, ejecución de programas e intervenciones en los monumentos nacionales del patrimonio cultural.

- ▶ Obligación del Estado y de las personas de valorar, proteger y difundir el patrimonio cultural de la nación. (Ley 397 de 1997, art. 1).
- ▶ La preservación del patrimonio es un deber nacional puesto que los planes de desarrollo de las entidades territoriales dispondrán los recursos para la conservación y recuperación del patrimonio cultural. (Ley 397 de 1997, art. 8).
- ▶ Estímulos a la generación de recursos mediante acciones comerciales afines a los objetivos de los museos para financiar su funcionamiento y permitir la adquisición y comercialización de bienes y servicios culturales para fomentar la difusión del patrimonio y la identidad cultural. Estímulos a los propietarios de bienes muebles e inmuebles de interés cultural a mantener o preservar. (Ley 397 de 1997, art. 55).

Es importante resaltar que la ley ha tenido dos reformas. La primera, mediante la Ley 1101 de 2006, cuyo fin es

LEY GENERAL DE TURISMO (LEY 300 DE 1996)

conseguir más recursos para la promoción y competitividad del sector, ampliando los sectores contribuyentes de la parafiscalidad, y creando el impuesto al turismo. La segunda con la Ley 1558 de 2012 la cual tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística. La modificación más reciente, a la fecha, ha sido la Resolución 0405 de 31 de enero de 2014. Por la cual se reglamentan parcialmente los artículos 5º y 33 de la Ley 1558 de 2012.



Reconocimiento de la industria del turismo como industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia y esencial para el desarrollo social y económico del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias, por lo cual es la referencia legal más importante para la actividad turística. (Ley 300 de 1996, art. 1-2).



Principios:

- ▶ Concertación: participación y acuerdo para asumir responsabilidades serán de todos los agentes públicos y privados comprometidos.
- ▶ Coordinación: entidades públicas que integran el sector.
- ▶ Descentralización: responsabilidad de la actividad de los diferentes niveles del Estado según su ámbito de acción y competencia bajo los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad.
- ▶ Planeación: planes y actividades inscritas en el marco del plan sectorial de turismo y el plan nacional de desarrollo. Directrices específicas para los programas de turismo especializado. En los planes sectoriales territoriales la consideración de programas de ecoturismo será coordinada con las corporaciones autónomas regionales.
- ▶ Protección del medio ambiente: desarrollo del turismo en armonía con los principios del desarrollo sostenible.
- ▶ Desarrollo social: el turismo es una actividad que permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre derechos sociales consagrados en la constitución.
- ▶ Libertad de empresa: las autoridades turísticas preservarán el mercado libre y la competencia abierta.
- ▶ Fomento: leal y la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios.



Realiza una advertencia a los prestadores de servicios turísticos para que se abstengan de ofrecer programas de promoción turística y planes de explotación sexual a menores.

Artículo 16 y Resolución No. 0119 de 2002. “Elaboración de códigos de conducta para proteger a los menores de edad de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros”.



Referentes normativos de la Ley General de Turismo para la gestión integral de los destinos turísticos

La gestión del desarrollo turístico es responsabilidad de todos los prestadores de servicios que conforman la industria turística y, por ende, hacen parte de esta, en cuanto a participación, planificación y aumento de los productos que se ofrecen al visitante con el fin de garantizar que dichos servicios van de la mano con la sostenibilidad e identidad cultural. Por eso es necesario, como aprendiz, conocer la normatividad vigente y la orientación en temas de reducción de impactos negativos que vulneren la capacidad de acogida a los destinos.



Instrumentos de la Ley 300 para la planificación, el desarrollo local de destino y productos turísticos

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo deberá elaborar el Plan Sectorial de Turismo, acogiéndose para ello a lo establecido en la Ley 152 de 1994. De igual manera, las entidades territoriales podrán elaborar sus planes de desarrollo turístico, con la asistencia técnica del ministerio.

Zonas de desarrollo turístico prioritario, afectación prioritaria del uso del suelo a las actividades turísticas e inclusión en el respectivo Plan de Ordenamiento Territorial (POT) y compromiso de la entidad territorial para ejecutar programas de infraestructura y posibles exenciones tributarias locales. (Ley 300, art. 18).

Declaratoria de recurso turístico de utilidad pública. Dirigido a zonas urbanas o rurales, plazas, vías, monumentos, construcciones y otros para ser declarados recursos turísticos cuando éstos tengan ventajas comparativas destacadas y que puedan mejorar sus condiciones competitivas para que el bien se incorpore al mercado turístico. El recurso declarado tendrá como beneficio la promoción y puede formar parte del producto turístico y estar incluido en un proyecto promocional, posible de financiar por el Fondo de Promoción Turística. (Ley 300, art. 23 y 24).



SEGÚN LA LEY 300 (1996) LOS INSTRUMENTOS PARA EL DESARROLLO LOCAL SON:



Convenios de competitividad:

El ministerio impulsa la firma de acuerdos de competitividad con las regiones con vocación turística a efectos de promover la competitividad de los destinos y la especialización del producto turístico.



Peajes turísticos:

Contribución a que los municipios pequeños cuenten con recursos para la preservación de su patrimonio cultural, se indicó la posibilidad de establecer peajes turísticos en los accesos respectivos. (Art. 25).



Círculos metropolitanos de turismo:

El círculo metropolitano turístico es una forma de integración de municipios que puede mejorar la prestación de servicios turísticos por cooperación o asociación. Este artículo es un referente para la organización de rutas, corredores y circuitos turísticos. (Art. 109).



Banco de proyectos:

“Las Entidades Territoriales inscribirán ante el ministerio, para cada vigencia anual, los proyectos de promoción que requieran cofinanciación”. (Ley 1101 de 2006, art. 18).





Referentes de la Ley 300 para mejorar la calidad y competitividad de los servicios turísticos

Entiéndase por prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo. (Art. 76).



Fondo de promoción turística de Colombia

(Ley 300 de 1996 y Decretos No. 505 de 1997, No. 521 de 1998 No. 2394 de 1999). Hoy, Fondo Nacional de Turismo-Fontur.

“Es un patrimonio autónomo con personería jurídica y tendrá como función principal el recaudo, la administración y ejecución de sus recursos” (Fontur, s.f.).

- ▶ Aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo: los hoteles y centros vacacionales. Las viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje, restaurantes turísticos y agencias de viajes, por el orden de los 2,5 por mil del valor de sus ventas anuales y recursos fiscales del Presupuesto General de la Nación destinados a fortalecer la competitividad, la promoción y el mercadeo nacional e internacional del turismo. (Ley 1101 de 2006, art. 3).
- ▶ Control y sanciones: el ministerio podrá sancionar a los prestadores de servicios turísticos cuando incurran en presentar documentación falsa o adulterada al ministerio, utilicen publicidad engañosa a los turistas, incumplan los servicios ofrecidos a los turistas, incumplan las obligaciones frente a las autoridades de turismo. (Control y sanciones art. 69-72).

“Policía de Turismo. La policía de turismo dependerá jerárquicamente de la Policía Nacional y administrativamente del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo” (Ley 300 de 1996, art. 73-75).



Fondo de promoción turística de Colombia

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, según lo dispuesto en el artículo 69 de la Ley 300 de 1996, y la Universidad Externado de Colombia han unido esfuerzos para conformar la Unidad Sectorial de Normalización en sostenibilidad turística tanto para destinos como para prestadores de servicios turísticos, con el fin de proponer normas que promuevan la cultura de la calidad y las prácticas sostenibles. Los destinos o prestadores que reúnan el 100 % de los requisitos podrán obtener la marca de calidad turística. (Norma Técnica Sectorial Colombiana-NTS-TS 001-1).





Certificado de Calidad Turística—Colombia

El Certificado de Calidad Turística: es una marca de certificación reconocida por la Superintendencia de Industria y Comercio que puede portar una empresa o entidad que cumpla con los requisitos establecidos de conformidad con su reglamento de uso.

En este sentido, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha reglamentado el uso de la marca de Certificación de Calidad Turística mediante la Resolución 0650 de 2008. (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2012).

NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES

- ▶ Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA. Para la industria gastronómica.
- ▶ Norma Técnica Colombiana NTS-TC. Para empresas de tiempo compartido.
- ▶ Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH. Para el sector de alojamiento y hospedaje.
- ▶ Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS. Para el turismo sostenible.
- ▶ Norma Técnica Sectorial NTS-GT. Para los guías de turismo.
- ▶ Norma Técnica Sectorial NTS-AV. Para agencias de viajes.

Las Normas Técnicas Sectoriales se pueden consultar en: Calidad Turística, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.





Actividad

4

Conocer los derechos y deberes de los turistas es fundamental para fortalecer el turismo responsable en nuestras regiones. Así como usted valora el respeto en su comunidad, los visitantes también deben recibir un trato justo y cumplir ciertas normas.

En esta actividad, repasaremos estos conceptos para mejorar la experiencia turística desde su vereda o municipio.

Instrucciones:

Lea cuidadosamente el siguiente párrafo y complete los espacios en blanco utilizando las palabras del recuadro.

Cada palabra se usa **una sola vez**.

- | | | |
|--------------|--------------|----------------|
| a. atención | b. respeto | c. información |
| d. normas | e. servicios | f. deberes |
| g. derechos | h. guía | i. seguridad |
| j. legalidad | | |

COMPLETE EL TEXTO:

Cuando una persona visita una región como turista, tiene varios

1. _____ que lo protegen, como recibir buena
2. _____ y contar con
3. _____ clara sobre los lugares, precios y condiciones del viaje. También tiene derecho a que se garantice su
4. _____ durante la estadía, especialmente cuando usa servicios de transporte, alojamiento o alimentación.

Pero, así como hay derechos, también existen

5. _____ . Por ejemplo, el turista debe cumplir las
6. _____ del sitio que visita, tratar con
7. _____ a las personas del lugar y seguir las recomendaciones de su
8. _____ cuando participa en actividades guiadas.

Cuando un turista elige servicios ofrecidos con

9. _____ , todos ganan: hay confianza, organización y mejor prestación de los
10. _____ turísticos.

¡Excelente trabajo!

Ahora comprende mejor cómo debe actuar un turista responsable y qué puede esperar al recibir un servicio legal. Esta información le permitirá orientar a su comunidad para construir un turismo con respeto y confianza.

1. derechos	2. atención	3. información	4. seguridad	5. deberes	6. normas	7. respeto	8. guía	9. legalidad	10. servicios
-------------	-------------	----------------	--------------	------------	-----------	------------	---------	--------------	---------------

1.6 CÓDIGO DE ÉTICA DEL TURISMO

Todo profesional debe ejercer su función en uso de valores como la honradez junto a las habilidades para el buen desempeño, se debe caracterizar por su honestidad a toda prueba, incorruptibilidad, disciplina, espíritu colectivo, austeridad, modestia y estilo de vida hacia la búsqueda y construcción de una sociedad más justa, honesta y equilibrada.

Para el fortalecimiento de conocimiento debe regir la responsabilidad moral de un profesional. En tal sentido, la persona competente en el área de turismo adquiere deberes y principios éticos en el trabajo y ejercicio de la profesión, especialmente que confluyen al servicio de los demás.



Código ético mundial del turismo

El Código Ético Mundial de Turismo inició su proceso en 1997 y culmina en 1999 en la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Santiago de Chile, momento en el cual se adoptó. Este código ha sido el marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial; instrumento para enfrentar los efectos negativos del turismo en el medio ambiente y en el patrimonio cultural, y para maximizar los beneficios para los residentes de los destinos turísticos.

Es el referente por excelencia para los destinos, los gobiernos, los tour operadores, los promotores, los agentes de viajes, los empleados y los propios viajeros, de igual manera, es el marco que permite y da pautas de cómo solucionar litigios mediante la conciliación por intermedio del Comité Mundial de Ética del Turismo, integrado por representantes de cada una de las regiones del mundo y de cada uno de los grandes grupos de agentes del sector turístico: gobiernos, sector privado, trabajadores y organizaciones no gubernamentales.





PRINCIPIOS

- ▶ Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades.
- ▶ El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
- ▶ El turismo, factor de desarrollo sostenible—salvaguardar el ambiente y sus recursos para futuras generaciones.
- ▶ El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
- ▶ El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.
- ▶ Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico. Derecho al turismo.
- ▶ Libertad de desplazamientos turísticos.
- ▶ Derechos de trabajadores y empresarios turísticos.
- ▶ Aplicación de estos principios. (Código ético del turismo, 1999)



Código de conducta: servicios turísticos

Este código establece los compromisos mínimos que deben adoptar y cumplir los prestadores de servicios turísticos.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha elaborado el Código de conducta en cumplimiento del artículo 1º de la Ley 1336 de 2009, que de acuerdo con lo estipulado deberá ser adoptado y cumplido por todos los prestadores de servicios turísticos. Representantes de gremios del sector, hicieron aportes y recomendaciones a este código.



Código de ética de agencias de viaje y turismo

Los asociados a la Asociación de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), han elaborado este código, teniendo en cuenta la ética y las normas para una buena prestación de los servicios turísticos.

La Anato, acoge su actividad como un servicio y colabora con las autoridades para lograr un eficaz desarrollo del turismo, procurando que, el nombre de Colombia quede en alto en cualquier lugar del mundo y de esta manera traer beneficios al país.

INTRODUCCIÓN

El sector del turismo lo comprenden tres sectores: público, mixto y privado; los cuales dependen uno del otro para formar parte de los prestadores de servicios turísticos, que son de gran variedad.

Los prestadores de servicios turísticos son las empresas que intervienen de manera directa o indirecta en los servicios al turista o visitante; por ende, vamos a conocer cuáles son estos prestadores, sus características, funciones, derechos y deberes con los cuales debe contar para brindar un servicio seguro y de calidad.

2.1 SECTOR TURÍSTICO

Cuando se habla del sector turístico se hace referencia a todas las entidades o empresas que lo conforman segmentadas de acuerdo con su naturaleza jurídica; todas están diseñadas con el fin de trabajar en pro del sector turístico.

SECTOR OFICIAL

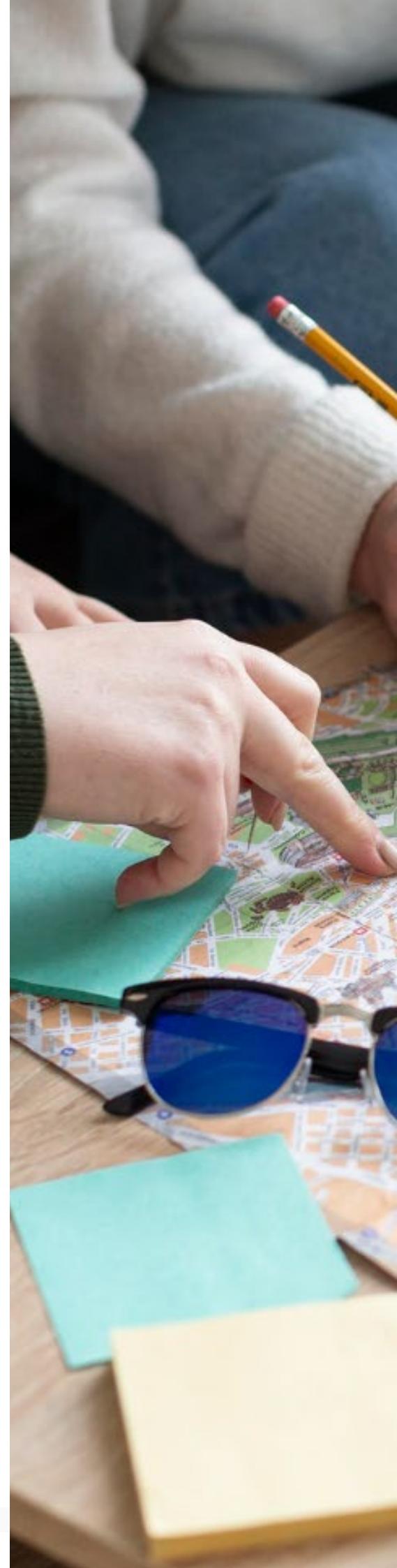
Está conformado por las diferentes corporaciones, instituciones y entidades del Estado. También se conocen como empresas del sector público. Según su área de proyección, las empresas oficiales pueden ubicarse en alguno de los cuatro sectores de la economía: primario (producción de materia prima), secundario (transformación de materias primas), terciario (servicios de diversa índole) o en el sector de la generación tecnológica.

SECTOR PRIVADO

Organizaciones que son totalmente opuestas al sector del Estado. Estas buscan un lucro personal o colectivo por medio de diversas modalidades extractivas, productivas y comerciales.

SECTOR MIXTO

En este sector se ubican aquellas empresas donde se combina la participación del sector oficial y el sector privado. Es importante anotar que, en este sector, el Estado opera como regulador y auditor de la actividad de las empresas.





2.2 ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO



Tipos de turismo

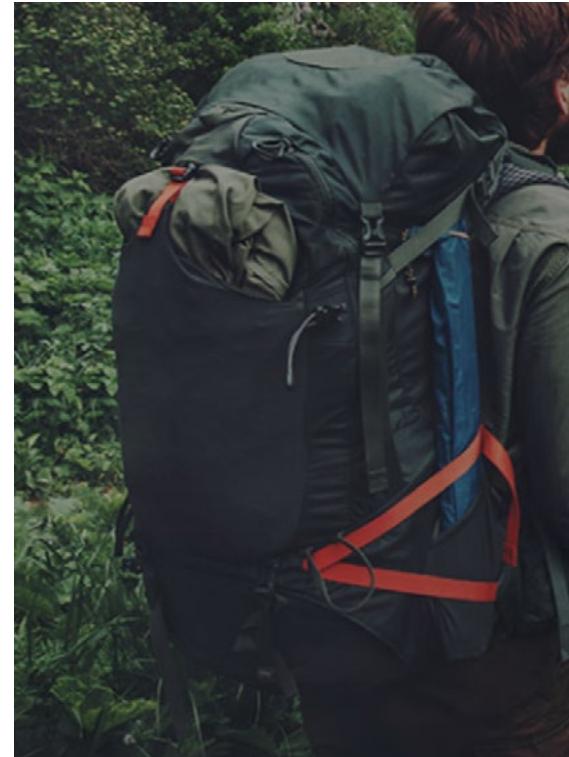
El sector turístico está compuesto por una gran variedad de subsectores, están ligados a una actividad en específico.

Sus características se describen a continuación:

ECOTURISMO

El ecoturismo se encuentra enfocado en la preservación de zonas ambientales, mientras que el turismo en masas está enfocado en lograr satisfacer a los visitantes. Por tal motivo, se puede decir que el ecoturismo está basado en el cuidado y la protección de los recursos naturales.

Las personas que realizan este tipo de turismo buscan interactuar con la naturaleza y, al estar en contacto con ella, generar el menor impacto ambiental.



Etnoturism





Ecoturismo



ETNOTURISMO

Este tipo de turismo especializado va dirigido a la conservación y preservación de culturas, por ende, es la parte más humana del turismo, la que busca la esencia de las culturas y la preservación de estas para el futuro. El viajero busca nuevos conocimientos, raíces étnicas y paz interior, la razón de ser y los orígenes de esta cultura; el turista se lleva consigo el conocimiento.

Las actividades principales que comprenden el etnoturismo son:

- ▶ Talleres artesanales.
- ▶ Conocimientos del entorno natural.
- ▶ Actividades folclóricas y culturales.
- ▶ Prácticas religiosas.
- ▶ Uso y preparación de la medicina tradicional.
- ▶ Enseñanza de dialectos.
- ▶ Vivencias místicas y cosmovisión.

AGROTURISMO

El agroturismo se trata de una mezcla de dos actividades las cuales en conjunto forman una sola. En este tipo de turismo, el viajero interactúa con la naturaleza y con las personas que habitan el campo realizando sus actividades diarias.

Las características de este tipo de turismo son:

- ▶ Los pueblos no pueden tener más de dos mil habitantes.
- ▶ Debe funcionar en tierras que no estén dentro del entramado urbano.
- ▶ Los turistas habitualmente deben dormir en las fincas en lugares adecuados y cómodos.
- ▶ Los visitantes deben participar de las actividades del campo que se realizan.
- ▶ El usuario busca paz al contacto con la naturaleza.
- ▶ Elaboración de alimentos.



Acuaturism



TURISMO DE NATURALEZA

El turismo de naturaleza es una actividad que ha tenido un gran incremento en los últimos años, ya que los visitantes o turistas buscan lugares de esparcimiento que generen paz y tranquilidad para lograr un equilibrio; todo esto con el fin de no afectar la naturaleza y entrar en interactividad con la misma de manera respetuosa.



Agroturismo



no



ACUATURISMO

Este tipo de turismo especializado está enfocado en el placer de los turistas por medio de actividades acuáticas que generen experiencias a los visitantes que la practican; estas se desarrollan en ríos, mares, lagos, entre otros.

Turismo de naturaleza

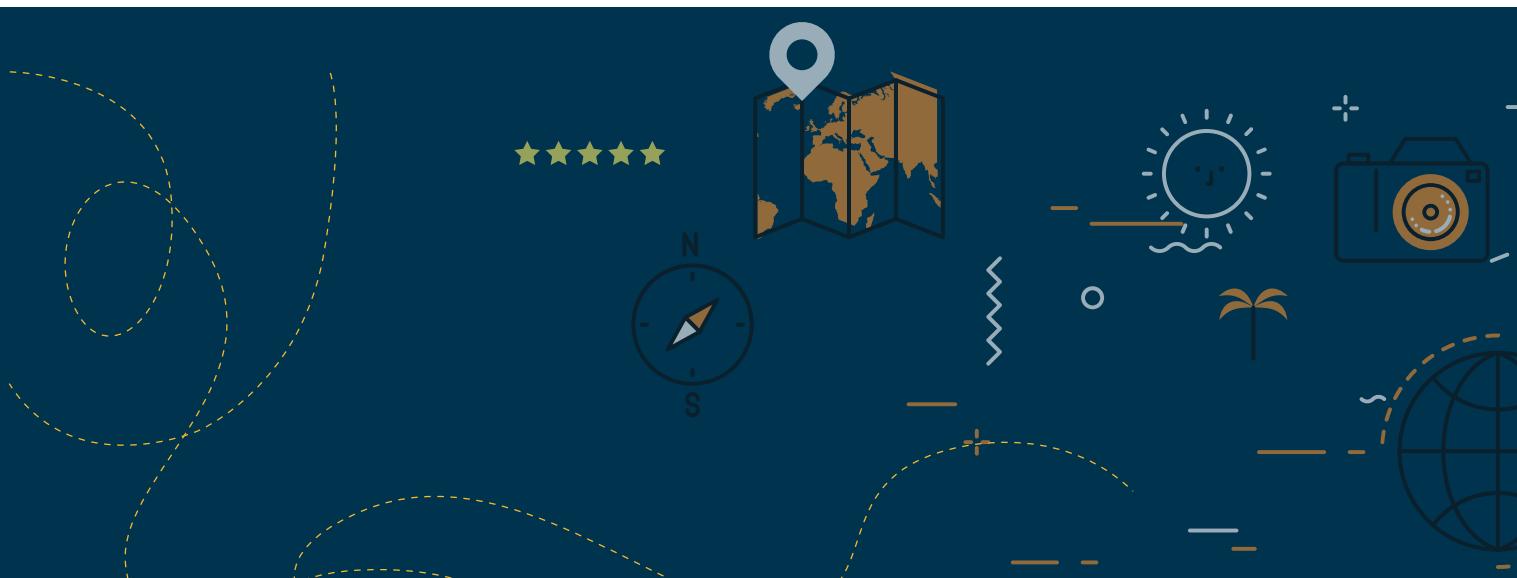


metropolitano



TURISMO DE INTERÉS SOCIAL

En el artículo 32, de la Ley 300 de 1996, se encuentra estipulado que se debe prestar un servicio público promovido por el Estado, esto con el fin de que las personas que generen ingresos inferiores a cuatro salarios mínimos vigentes puedan acceder a este derecho.



Turismo

O

Turismo de interés social



TURISMO METROPOLITANO

Este tipo de turismo se enfoca en actividades dentro de las ciudades, con el fin de dar a conocer a los visitantes, los lugares más relevantes. Estos pueden ser de interés: cultural, arquitectónico, social e histórico.

Clasificación del turismo metropolitano:

- ▶ Turismo urbano cultural: se hace referencia a la visita de museos, exposiciones, centros de arte o cualquier tipo de evento que se encuentre relacionado con el tema cultural.
- ▶ Turismo urbano de negocios: en este se encuentra todo lo relacionado con jornadas de congresos, ferias, certámenes, capacitaciones, exposiciones y conferencias.



Zonas francas

Una zona franca es un espacio determinado compuesto por empresas que cuentan con beneficios tributarios especiales para la actividad económica que realizan.



Capacidad de carga

Indicador que permite a los prestadores de servicios turísticos mantener vivos sus organismos (flora y fauna), con el fin de preservar el entorno de la naturaleza mientras sigue con la productividad del mismo y la capacidad de regeneración.

Hay tres tipos de capacidad de carga:

► **Capacidad de carga física:**

Relación que se hace cuantificando la cantidad de personas que pueden visitar un lugar turístico en un día. Esto se toma bajo unos parámetros, horario de apertura y el tiempo que dura la visita.

► **Capacidad de carga real:**

Este tipo de capacidad requiere de un análisis más profundo, teniendo en cuenta: el factor social, la vulnerabilidad del suelo, la accesibilidad, la precipitación del suelo, el brillo solar, los cierres temporales, la propensión de inundarse del terreno, entre otros; esto con el fin de lograr la preservación del destino de una manera óptima.

► **Capacidad de carga efectiva:**

Es el número máximo de personas que pueden visitar un destino sin que este se vea afectado o perjudicado.







Actividad

5

¡Qué orgullo es vivir en una región que puede convertirse en un destino turístico!

Cada finca, vereda, sendero o feria campesina puede formar parte de una zona de desarrollo turístico si se organiza, se legaliza y se promueve de forma adecuada.

A continuación, conocerás una historia que te inspirará a imaginar el turismo en tu propia comunidad.

CASO: "El bosque de las guayabas dulces"

En la vereda La Colmena, las familias se dedicaban a cultivar guayabas, pero sus ventas eran pocas. Un día, la profe de la escuela les propuso organizar una feria turística local, donde cada familia ofreciera algo: recorridos por los cultivos, jugo de guayaba, postres caseros, artesanías y hasta juegos tradicionales para los niños visitantes.

Después del éxito de la feria, la alcaldía propuso que la vereda hiciera parte de una zona de desarrollo turístico rural. Desde entonces, muchas cosas cambiaron: arreglaron el camino, pusieron señalización, llegó capacitación del SENA y aparecieron visitantes cada mes.

Hoy, "El bosque de las guayabas dulces" es un destino legalmente reconocido donde el turismo ha mejorado la vida de todos.

Actividad:

En una hoja de su cartilla o la bitácora, dibuje su vereda o comunidad como si ya fuera una zona turística.

Puede incluir:

- ▶ El nombre imaginario de su destino turístico.
- ▶ Dibujo o recorte de: senderos, miradores, fincas, comidas típicas, animales, cultura.
- ▶ Servicios que ofrecería: posada rural, guía campesina, experiencia gastronómica, feria, cabalgata, etc.

Espacio para tu dibujo

Indicaciones:

- ▶ Si tiene revistas, periódicos, volantes, puede pegar recortes de elementos rurales o turísticos.
- ▶ Si tiene fotografías de su finca o vereda, puede pegarlas también.
- ▶ Escriba debajo del dibujo:

¿Por qué creo que mi vereda puede ser zona de desarrollo turístico?

Opcional: espacio colaborativo

Comparta su dibujo con un compañero. Explique lo que representó y escuche la idea del otro.

Luego escriban juntos una **propuesta corta (3 líneas)** sobre cómo mejorarían su región para atraer visitantes de forma organizada y legal.

¡Buen trabajo! Su creatividad puede ser el inicio de un gran proyecto turístico para su comunidad.

Recuerde que, con legalidad, identidad y trabajo en equipo, cualquier vereda puede convertirse en una **zona de desarrollo turístico sostenible**.

2.3 ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS



Clasificación

Los tipos de hospedaje están constituidos por una gran variedad de establecimientos clasificados de acuerdo con las necesidades y requerimientos de los clientes; a continuación, se identificarán los que están regulados en Colombia y cuáles son las características con las que debe contar cada uno, según ICONTEC (2006):



Albergue-Refugio-Hostal

Establecimientos en que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias en un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Además, dispone como mínimo del servicio de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios (Cámara de Comercio del oriente antioqueño, 2009).

Alojamiento rural

Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales privadas, ubicado en áreas rurales y cuyo principal propósito es el desarrollo de actividades asociadas a su entorno natural y cultural. Ofrecen además como mínimo, servicios de alimentación bajo la modalidad pensión completa, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios (Cámara de Comercio del oriente antioqueño, 2009).



Apartahotel

Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en apartamentos independientes, de un edificio, que integran una unidad de administración y explotación, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios. Cada apartamento está compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio con baño privado, sala de estar, cocina equipada y comedor (Cámara de Comercio del oriente antioqueño, 2009).

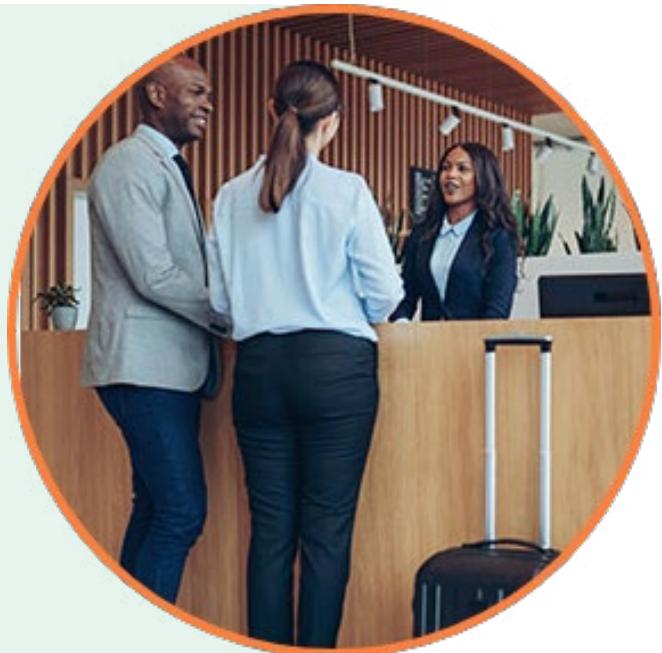


Apartamentos turísticos

Unidad habitacional destinada a brindar facilidades de alojamiento y permanencia de manera ocasional a una o más personas, según su capacidad, que puede contar con servicio de limpieza y como mínimo con los siguientes recintos: dormitorio, sala-comedor, cocina y baño (Cámara de Comercio del oriente antioqueño, 2009).

Hotel

"Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Disponen además como mínimo del servicio de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios." (ICONTEC & FONTUR, 2020, sección 3.17)





Posadas turísticas

Vivienda familiar en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales preferiblemente de arquitectura autóctona, cuyo principal propósito es promover la generación de empleo e ingresos a las familias residentes, prestadoras del servicio (Cámara de Comercio del oriente antioqueño, 2009).

Recinto de campamento o *camping*

Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en un terreno debidamente delimitado, asignándole un sitio a cada persona o grupo de personas que hacen vida al aire libre y que utilicen carpas, casas rodantes u otras instalaciones similares para pernoctar (Cámara de Comercio del oriente antioqueño, 2009).





Contrato de hospedaje

El contrato de hospedaje es un intercambio comercial entre el hotel y el huésped, en el cual el cliente cancela por el servicio con unos acuerdos ya prestablecidos entre los cuales se compromete a entregar los bienes que recibió en el mismo estado en que les fueron entregados.

El contrato puede ser por horas, días y hasta meses, cuenta con el respaldo del Código del Comercio (1971) en el cual se indica:

- ▶ **Artículo 1192. (Contrato de hospedaje).** El contrato de hospedaje será mercantil cuando el alojamiento y servicios accesorios se presten por empresas dedicadas a esa actividad.
- ▶ **Artículo 1193. (Reglamentación).** El contrato de hospedaje se ajustará al reglamento que expida el funcionario u organismo que determine el Gobierno.
- ▶ **Artículo 1194. (Límite de la responsabilidad del empresario).** El reglamento oficial podrá limitar la cuantía de la responsabilidad del empresario cualquiera que sea el monto de los perjuicios.
- ▶ **Artículo 1195. (Custodia de dinero y objetos de valor).** Los huéspedes tendrán derecho a entregar bajo recibo a los empresarios o administradores de hoteles, fondas, pensiones, coches cama, clínicas, sanatorios, hospitales y empresas similares, dinero y objetos de valor para su custodia.

El empresario solo podrá negarse a recibirlos cuando sean objetos de cuantioso valor o excesivamente voluminosos.

- ▶ **Artículo 1196. (Responsabilidad del empresario debido al depósito).** La responsabilidad del empresario será la del depositario. Esta cesará cuando la sustracción, pérdida o deterioro de las cosas depositadas sean imputables a culpa grave del depositante, de sus empleados, visitantes o acompañantes, o a la naturaleza o vicio de la cosa.
- ▶ **Artículo 1197. (Causales de terminación).** Este contrato terminará:
 1. Por el vencimiento del plazo.
 2. A falta de plazo, por aviso dado por una de las partes a la otra, con doce horas de anticipación.
 3. Por falta de pago.
 4. Por infracción del reglamento oficial.
 5. Por las demás causales expresamente pactadas.
- ▶ **Artículo 1198. (Inventario).** Terminado el contrato por el empresario, este procederá ante testigos, a elaborar y suscribir un inventario de los efectos o equipaje del cliente y podrá retirarlos del alojamiento.
- ▶ **Artículo 1199. (Enajenación en pública subasta por falta de pago).** Si el huésped no pagare su cuenta, el empresario podrá llevar los bienes a un martillo autorizado para que sean enajenados en pública subasta y con su producto se le pague.

El remanente líquido se depositará en un banco a disposición del cliente.



Tarifas

Estas tarifas se cobran por la prestación del servicio de hospedaje, el cual varía según el tipo de establecimiento, la categorización, la temporada del año y el lugar donde se encuentra ubicado.

El valor del IVA vigente será aplicado sobre el valor final de la tarifa de hospedaje.

A photograph of a large, modern tent with a light-colored, curved roof and a visible internal structure. A hammock is suspended from a wooden post in front of the tent. String lights are hanging from the eaves of the tent and from a nearby tree branch. The sky is a deep blue, suggesting dusk or dawn. The overall atmosphere is cozy and outdoor-oriented.

Actividad 6

Prepárate para un divertido reto de adivinanzas donde pondrás a prueba lo que sabes sobre los **Establecimientos hoteleros** en Colombia.

Cada pista es como un mapa escondido... si logras descifrarla, descubrirás los secretos de los hoteles, posadas, hostales y más.

Imagina que eres un **guía local** organizando hospedaje para los visitantes de tu vereda.

¿Qué tipo de establecimiento elegirías? ¿Cómo los reconocerías?

Agarra tu lápiz, piensa como un experto en turismo rural y resuelve estas adivinanzas como todo un maestro del alojamiento.

Instrucciones:

Lee con atención cada adivinanza y escribe la **respuesta correcta en la línea**.

Al final, podrás verificar si tus respuestas fueron acertadas.

Adivinanza 1:

En medio del campo me puedes hallar,
con hamacas, fogón y lugar para descansar.
Recibo turistas con trato familiar,
soy rural, sencillo y muy particular.

¿Qué tipo de alojamiento soy? _____

Adivinanza 3:

No soy hotel ni restaurante completo,
pero doy cama y desayuno discreto.
Los mochileros me quieren visitar,
por precio bajo y trato cordial.

¿Qué opción de hospedaje soy? _____

Adivinanza 5:

No tengo estrellas, pero cumple la ley.
Estoy registrado y al día me mantendré.
Me encuentro en pueblos y zonas veredales,
¡Turismo legal en zonas rurales!

¿Qué requisito legal debo tener? _____

Adivinanza 2:

Tengo muchas estrellas para clasificar,
y en la ciudad me puedes encontrar.
Ofrezco piscina, wifi y aire acondicionado,
y a turistas elegantes siempre he alojado.

¿Qué tipo de hotel soy? _____

Adivinanza 4:

En mi finca hay aroma de café,
el turista ordeña si así lo ve.
Caminamos por trochas y ríos de encanto,
y todos aprenden disfrutando tanto.

¿Qué tipo de turismo practico? _____

Adivinanza 6:

Me preocupo por el orden, el aseo y la atención,
ofrezco buen trato con presentación.
No importa si soy grande o pequeño,
la calidad del servicio es mi mayor empeño.

¿Qué valor fundamental debe tener todo
alojamiento? _____

¡Reto completado!

¡Muy bien, aprendiz explorador!

Has recorrido el mapa de los alojamientos turísticos y superado cada adivinanza con sabiduría y atención.

- Respuestas:**
1. Posada turística rural
 2. Hotel urbano clasificado
 3. Hostal
 4. Turismo rural o agroturismo
 5. Registro Nacional de Turismo (RNT)
 6. Calidad en la prestación del servicio

2.4 AGENCIAS DE VIAJES

Cuando se hace referencia a las agencias de viajes lo primero que se piensa es que son empresas que venden paquetes turísticos, pero si se mira más a fondo, estas prestadoras de servicios turísticos se clasifican según su actividad y su tamaño.



Clasificación

Indicador que permite a los prestadores de servicios turísticos mantener vivos sus organismos (flora y fauna), con el fin de preservar el entorno de la naturaleza mientras sigue con la productividad del mismo y la capacidad de regeneración.

- ▶ **Mayoristas:** este tipo de agencias están enfocadas en la venta de paquetes de viaje a agencias minoristas. Uno de sus condicionamientos es que no se puede vender directamente al consumidor final.
- ▶ **Minoristas:** son las encargadas de comercializar el producto de las mayoristas directamente al consumidor final.





Clasificación de agencias

Clasificación de agencias de viajes según su actividad:

- ▶ **Emisora:** se encuentra ubicada donde está la gente que piensa viajar.
- ▶ **Receptoras:** está ubicada donde llega el turista en masas.
- ▶ **Agencia emisora-receptiva:** son aquellas que manejan el tráfico de turistas en ambos sentidos.

Clasificación de las agencias de viajes de acuerdo con el producto o mercado que manejan:

- ▶ **Por producto:** aquellos que se clasifican por motivos de trabajo, investigación y excursiones.
- ▶ **Mercado:** son aquellos que se segmentan en grupos como: adultos mayores, deportistas y familias.

Clasificación de las agencias de viajes según su canal de distribución:

- ▶ **Agencias Implant:** son casos puntuales de empresas que requieren que, de la agencia de viajes, un asesor se quede de manera permanente en la compañía de un cliente para así coordinar todos los temas de viajes e itinerarios que pueden ellos requerir.
- ▶ **Agencias de viajes virtuales:** en este momento, son las de mayor crecimiento debido a la facilidad de accesibilidad con que se pueden adquirir sus servicios.



Actividad 7



¡Bienvenido a esta actividad de aprendizaje!

Dibuja para viajar y orientar.

¡Hola, artista del saber campesino! Así como existen mapas para sembrar o recolectar, en el turismo también existen **agencias de viajes** que ayudan a orientar, programar y guiar a quienes desean conocer nuevos destinos.

Hoy vas a usar tu creatividad para imaginar cómo funcionaría una **agencia de viajes rural** en tu vereda o municipio. ¡Haz que tu lápiz y tus ideas hablen por ti!

Instrucciones de la actividad

Reúne tus materiales:

Necesitarás una hoja blanca, lápiz, borrador y colores (pueden ser crayones, lápices de colores o marcadores).

Piensa en lo que has aprendido sobre las agencias de viajes:

- ▶ ¿Qué servicios ofrecen?
- ▶ ¿Cómo ayudan al turista?
- ▶ ¿Qué elementos debería tener una agencia legal?
- ▶ ¿Qué personas podrían trabajar allí en tu vereda?

Dibuja tu escena:

Espacio sugerido para el dibujo

(Título del dibujo):

Espacio para tu dibujo

Inspírate con estos ejemplos:

- ▶ Una caseta o puesto rural con letreros informativos.
- ▶ Un guía comunitario mostrando el plan de viaje.
- ▶ Un cartel con actividades como caminatas, talleres de cocina o visitas a fincas.
- ▶ Una oficina veredal que promueve destinos cercanos como cascadas, lagunas o ferias locales.

Puedes mostrar cómo se vería tu agencia de viajes en la vereda. Incluye personas, letreros, clientes y algún producto típico que promocione.

Un dibujo también es una ruta para enseñar.

Cuando representas una agencia de viajes rural con tus ideas, estás mostrando que conoces cómo promover el turismo legal, organizado y con identidad.

¡Sigue compartiendo desde tu imaginación campesina!

2.5 TRANSPORTE DE PASAJEROS

El servicio de transporte constituye una de las principales actividades del servicio turístico, consiste en trasladar a los viajeros o turistas con sus equipajes y mercancía desde su residencia habitual a los lugares visitados.

Existen cuatro tipos diferentes de servicios de transporte utilizados como parte fundamental del producto o servicio turístico.



Tipo de transporte en el servicio turístico



Aéreo:

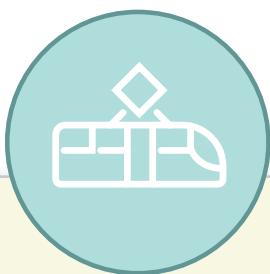
Este tipo de transportes está catalogado como uno de los más seguros, se divide en diferentes tipos de vuelos y características:

- ▶ Chárter.
- ▶ Privados.
- ▶ Especiales.
- ▶ Nacionales.
- ▶ Regulares.
- ▶ Internacionales.
- ▶ Intercontinentales.

Terrestre:

Este tipo de servicio es el más usado y común de todos, hay una gran variedad de servicios, ellos son:

- ▶ Buses de turismo.
- ▶ Alquiler.
- ▶ Transporte urbano.
- ▶ Chivas.
- ▶ Carros particulares.
- ▶ Transporte intermunicipal.
- ▶ Transporte internacional.



Acuático:

Este tipo de servicio es utilizado de manera más turística, en lugares que cuentan con fuente hídrica. Los más utilizados son:

- ▶ Marítimo.
- ▶ Fluvial.

Ferrocarril:

Es el más seguro de todos los medios de transporte y el que más capacidad de personas logra movilizar. Es de gran ayuda para el desplazamiento de turistas.



2.6 ESTABLECIMIENTOS DE GASTRONOMÍA

De los diferentes establecimientos prestadores de servicios turísticos, los restaurantes ocupan los primeros lugares cuando de variedad a ofrecer se trata, esto se debe a la importancia que tienen en la cadena de servicio gastronómico, lo cual ha hecho que su evolución vaya en aumento, de tal manera que son fundamentales en el mercado del turismo.

En la gran oferta de servicios turísticos que hay en el mundo, es infaltable el de restauración, el cual ha logrado incorporarse de manera acertada y positiva, gracias a eso, los diferentes tipos de servicios pueden ser clasificados de la siguiente manera:



Clasificación

Los establecimientos gastronómicos se clasifican por categoría o por concepto.

Por categoría:

5



Cinco tenedores:

Los alimentos deben de ser a la carta y preparados en el momento, los elementos utilizados para el servicio deben ser de excelente calidad, así como el servicio brindado. Debe contar con una carta de vinos variada y bien seleccionada.

4



Cuatro tenedores:

En este tipo de categorización es de gran importancia que se cuente con una variedad limitada de bebidas alcohólicas, debe ser mucho más accesible al público y estas cuentan con 5 o 7 tipos de servicio.

3



Tres tenedores:

Es muy común el uso de este tipo de restaurantes en los turistas, esto debido a que el espacio para brindar el servicio es muy pequeño, además de que la entrada de comensales es compartida con la de personal. Por último, la carta solo cuenta con seis tiempos.

2



Dos tenedores:

Una característica es que cuenta con precios más cómodos que los demás, pueden ofrecer máximo cuatro entradas.

1



Un tenedor:

Es el básico de todos, cuenta con cuatro entradas y el restaurante debe ser aparte de la cocina.



Por concepto:



Gourmet:

Se especializa en platos poco comunes y a la carta, los restaurantes gourmet, por lo general, definen su estilo en su relación con el chef.



De especialidad:

Ofrece una variedad limitada de estilos de cocina, su menú cuenta con diferentes platillos de acuerdo con su especialidad. En ocasiones, se confunde con el restaurante étnico que acostumbra a ofrecer los platillos más representativos de una región. Dentro de esta clase de restaurantes se encuentra otra clasificación de acuerdo con el tipo de comida.



Familiar:

En este tipo se encuentran alimentos prácticos y sencillos a precios cómodos, una de sus grandes características es que debe generar confianza, normalmente este tipo de restaurantes son franquicias.

Este tipo de categorización también incluye emprendimientos pequeños de comida y cocinas más económicas.





Buffet:

Se caracteriza porque los clientes pueden elegir entre una gran variedad de comida tanto fría como caliente, es un autoservicio. El precio es un valor fijo que no varía por persona.



Los restaurantes tipo buffet son muy utilizados en los hoteles y establecimientos que brindan una gran variedad de comida.

Comida rápida:

Es un segmento de categorización en el cual se encuentran los restaurantes de tipo informal, al igual que su comida, es algo ligero y de servicio rápido. Estos cuentan con: papas, pizzas, hamburguesas y perros calientes.



Restaurante temático:

Actualmente, este tipo de restaurante es una gran tendencia debido a que son lugares dedicados a brindar a los comensales, además de una gran variedad de platos, una experiencia temática que genera emociones. Ellos se dividen en tipos de comida especializada y de ambientación.





Actividad 8

¡Qué buena sazón la de nuestras cocinas campesinas!

¿Recuerdas lo que escuchaste en el pódcast y lo que has leído en la cartilla sobre las cocinas rurales? Hablaban de los saberes que pasan de generación en generación, del fogón de leña, de los sabores que solo se encuentran en el campo y de cómo esas tradiciones pueden convertirse en una oportunidad para que más personas conozcan, disfruten y valoren la gastronomía de tu región.

Hoy vas a conocer una historia que te sonará familiar.

Lee con atención, piensa en tu propia comunidad, y luego comparte tu opinión.

Instrucciones:

1. Lee con atención el texto de abajo.
2. **Subraya las palabras o frases clave** relacionadas con:
 - Las comidas típicas ofrecidas.
 - Los requisitos del RNT.
 - Las normas de higiene y clasificación del restaurante.
 - Los beneficios de formalizarse.
3. Luego responde con tus propias palabras la pregunta final.

CASO: La cocina legal de doña Rosa

Doña Rosa es conocida en su vereda por cocinar con cariño y sabor. Su arepa de maíz pelado, el sancocho de gallina criolla, las empanadas de yuca y el jugo de guayaba natural son famosos entre los vecinos y turistas que visitan la región.

Una instructora del SENA le explicó que podía registrar su comedor como un establecimiento gastronómico turístico rural, siempre y cuando cumpliera con ciertos requisitos del Registro Nacional de Turismo (RNT), como:

- ▶ Tener un espacio limpio y bien acondicionado.
- ▶ Ofrecer un menú con precios visibles.
- ▶ Cumplir las normas sanitarias del INVIMA.
- ▶ Tramitar su inscripción en línea a través de la plataforma oficial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

También le enseñaron que en Colombia los restaurantes se pueden clasificar por tenedores, según la calidad del servicio y la presentación del lugar. Por ejemplo:

Un restaurante con un tenedor ofrece un servicio básico.

Uno con tres tenedores brinda mejor presentación, variedad y atención.

El de cinco tenedores es elegante y cumple altos estándares de calidad.

Desde entonces, doña Rosa empezó a organizar su cocina, puso un aviso con el nombre **“El fogón de la abuela”**, limpió bien el espacio, armó su menú con ayuda del SENA y se capacitó en atención al cliente.

Ahora sueña con obtener su RNT y participar en ferias gastronómicas para mostrar los sabores de su región.

¿Y tú qué piensas?

¿Por qué crees que es importante que las cocinas rurales se organicen y se legalicen si quieren recibir turistas?

¡Qué orgullo compartir lo que sabes y cocinas!

¡Muy bien, aprendiz SENA!

Hoy descubriste que tu cocina no solo alimenta, también puede **educar, enamorar y transformar**. Legalizar tu comedor o tu receta tradicional no significa perder la tradición, sino protegerla y mostrarla con orgullo.

- Respuestas: Palabras o frases clave a subrayar:
1. arepa de maíz pelado
 2. sancocho de gallina criolla
 3. empanadas de Yucatán
 4. jugo de guayaba natural
 5. establecimiento gastronómico turístico rural
 6. Registro Nacional de Turismo (RNT)
 7. menú con precios visibles
 8. normas sanitarias del INVIMA
 9. plataforma oficial del Ministerio de Comercio
 10. clasificar por tenedores
 11. un tenedor
 12. cinco tenedores
 13. El fogón de la abuela
 14. atención al cliente
 15. ferias gastronómicas

2.7 EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES

Son establecimientos de comercio que reciben pagos anticipados con cargo a las cuentas de programas turísticos que ofrecen. Estas empresas diseñan programas de abonos mensuales con un determinado límite de tiempo, a la medida de posibilidades de pago de cada persona.

Requisitos específicos para las empresas captadoras de ahorro.

Según el artículo 10 del Decreto 2074 (2003), el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:



Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados deberán poseer un capital pagado mínimo de dos mil quinientos (2.500) salarios mínimos legales mensuales, que se acreditará mediante la presentación del Balance General de apertura o a diciembre 31 del año inmediatamente anterior, junto con el Estado de Resultados del Ejercicio, certificado por contador público.



2.8 SISTEMA DE TIEMPO COMPARTIDO

Según la Constitución del sistema de tiempo compartido (1997):

Artículo 2.2.4.4.2.1. Constitución del sistema de tiempo compartido. Para la constitución del sistema de tiempo compartido el propietario de un inmueble o quien pueda disponer del mismo deberá hacer, a su elección, declaración unilateral de voluntad formalizada por escritura pública ante notario o contenida en un contrato de fiducia mercantil irrevocable, en la cual se indique la afectación del inmueble al sistema de tiempo compartido turístico y el término de esa afectación, si los hubiere.

Dichos actos jurídicos deberán inscribirse en la oficina de registro correspondiente.

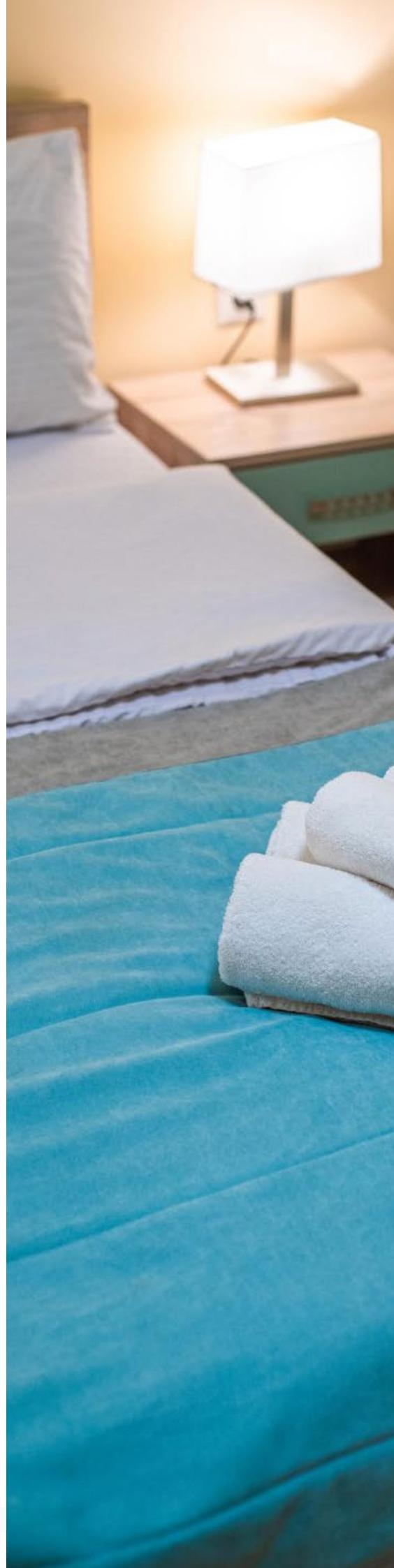
Parágrafo. La multipropiedad así constituida no dará lugar al ejercicio de la acción divisoria.

Artículo 2.2.4.4.2.2. Contenido del acto constitutivo del tiempo compartido turístico. En la escritura pública o en el contrato de fiducia mercantil irrevocable en donde se constituya en régimen de tiempo compartido turístico un establecimiento, deberá constar, como mínimo:



1. La descripción del inmueble y su folio de matrícula inmobiliaria, bien que se trate de las unidades inmobiliarias o del globo de terreno en mayor extensión, con indicación de los bienes, instalaciones y servicios comunes.
2. Identificación de las unidades inmobiliarias que se afectarán al tiempo compartido turístico, cuando se trate de establecimientos mixtos.
3. En el caso de sistemas de tiempo compartido turístico relativos a semanas exclusivamente flotantes y de puntos, deberá indicarse el número máximo de semanas por periodo o de programas de puntos o su equivalente, que se vayan a comercializar.
4. El procedimiento para el cálculo y recaudo de los gastos de administración, conservación y mantenimiento de cada unidad inmobiliaria y de los elementos de uso común del establecimiento en régimen de tiempo compartido turístico.
5. El procedimiento establecido para la adición de nuevas unidades inmobiliarias a un mismo establecimiento de tiempo compartido turístico, si está prevista, y la fórmula para la determinación o corrección de las cuotas anuales de mantenimiento a cargo del número total de titulares que se conforme después de la incorporación de aquellas unidades inmobiliarias. Así mismo, si se prevé la posibilidad de separar unidades inmobiliarias del establecimiento de tiempo compartido turístico, deberá expresarse la forma o procedimiento en que ello se hará y las medidas adoptadas para que en tal supuesto no se vean perjudicados los derechos de los usuarios.
6. Descripción de las instalaciones deportivas y de recreo con que cuenta el establecimiento en régimen de tiempo compartido turístico, así como las que el promotor se comprometa a incorporar al mismo, con especificación de los derechos que los usuarios tienen sobre ellas.

- ▶ **Parágrafo 1.** Toda modificación que se incorpore en el régimen de tiempo compartido turístico y que se refiera a los puntos mencionados en los numerales del presente artículo, será elevada a escritura pública o dará lugar a la modificación del contrato de fiducia, según el caso, debiéndose efectuar la inscripción correspondiente en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos.
- ▶ **Parágrafo 2.** El promotor deberá tener a disposición de cualquier persona interesada en la celebración de un contrato de tiempo compartido turístico copia simple de la escritura o del contrato de fiducia mercantil irrevocable a que se refieren los apartados anteriores.
- ▶ **Artículo 2.2.4.4.2.3.** Compatibilidad con el régimen de propiedad horizontal. El régimen de multipropiedad o de multiusufructo es compatible con el régimen de propiedad horizontal que exista o que posteriormente se constituya sobre el establecimiento de tiempo compartido turístico.
- ▶ **Parágrafo.** Cuando fuere del caso, las estipulaciones contenidas en los numerales del artículo anterior deberán incluirse en la escritura de protocolización de la propiedad horizontal.
- ▶ **Artículo 2.2.4.4.2.4.** Inscripción en el Registro Nacional de Turismo. Para la válida comercialización del establecimiento de tiempo compartido turístico en cualquiera de sus modalidades, será necesario que con carácter previo el promotor, comercializador, o persona que los represente, solicite su inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
- ▶ **Artículo 2.2.4.4.2.5.** Suministro de información adicional. Además de los requisitos previstos de manera general y particular para el Registro Nacional de Turismo, los promotores y comercializadores de proyectos de tiempo compartido turístico y multipropiedad deberán suministrar en su solicitud de inscripción la siguiente información:
 1. Cuando se trate de promotores o desarrolladores de proyectos de tiempo compartido turístico ubicados en Colombia, deberán citar el documento de constitución del sistema de tiempo compartido turístico de acuerdo con lo previsto en el artículo 2.2.4.4.2.1. del presente decreto.
 2. Cuando se trate de comercializadores de establecimientos de tiempo compartido turístico ubicados en el exterior, aquéllos deberán formular la declaración unilateral de voluntad mencionada en el artículo 2.2.4.4.2.1 de este decreto o acto equivalente a la misma, para incorporarlo posteriormente al Registro Nacional de Turismo indicando las garantías establecidas, de conformidad con este Capítulo. La declaración o acto equivalente mencionados no tendrán que ser inscritos en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos.



- 
- ▶ **Parágrafo 1.** Una vez el promotor o comercializador concluya sus actividades de venta, cesará su obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo.
 - ▶ **Parágrafo 2.** Cuando el promotor y operador del establecimiento de tiempo compartido turístico sean la misma persona jurídica, para efectos del pago de derechos de inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo, se les aplicará el régimen de tarifas establecido para sucursales y agencias.
 - ▶ **Artículo 2.2.4.4.2.6.** Estipulaciones del contrato. El contrato de tiempo compartido turístico deberá celebrarse por escrito y en él constarán, al menos, las siguientes estipulaciones:

1. Identificación, nacionalidad y domicilio de las partes contratantes.
2. Fecha de celebración del contrato.
3. Identificación y descripción de la unidad inmobiliaria objeto del contrato con expresa mención del período o temporada, según se trate de la modalidad de tiempo fijo o tiempo flotante, así como del número de personas que pueden ocupar simultáneamente el alojamiento.
4. Referencia de la escritura pública o del contrato de fiducia mercantil que se mencionan en el artículo 2.2.4.4.2.1. de este decreto, con identificación de la notaría en la cual se protocolizó y su respectivo número.
5. El valor total que debe pagar el adquirente, suma que incluirá el precio inicial y cualquier otra cantidad adicional que por algún concepto haya de pagar, así como la obligación de cancelar anualmente las cuotas ordinarias y extraordinarias que se decretén, de conformidad con lo que para el efecto disponga el reglamento interno, para el mantenimiento, la operación y la administración del establecimiento de tiempo compartido turístico.
6. La identificación del establecimiento de tiempo compartido turístico, con indicación del lugar de ubicación, sus fases de desarrollo y la fecha estimada de terminación de la construcción y de inicio de operación del establecimiento.

7. Consagración del derecho de retracto.

8. La descripción de la modalidad y duración del programa de tiempo compartido turístico, en caso de que éste sea de carácter temporal, y la mención particular acerca de si dicha modalidad implica la adquisición o no de algún derecho real.
9. La indicación expresa de las cargas, gravámenes, servidumbres y cualquiera otra limitación que soporten las unidades inmobiliarias afectadas al establecimiento de tiempo compartido turístico.
10. Señalar si el establecimiento cuenta con algún sistema de intercambio; en caso de contar con este programa, deberá incluirse en los contratos de venta una cláusula en la cual se precise que el promotor o comercializador no es agente o representante de las compañías de intercambio y que la responsabilidad y obligaciones de estas se limitan a las contenidas en la documentación emitida por ellas.



- **Parágrafo.** Cuando el contrato de tiempo compartido turístico verse sobre bienes ubicados fuera del territorio nacional, deberá hacerse mención expresa y clara sobre el régimen legal que regule los derechos y obligaciones del comprador sobre los bienes adquiridos y sobre las condiciones y modalidades de transmisión, uso y disfrute de esos derechos.

De las garantías

- **Artículo 2.2.4.4.3.1.** Garantías. Para iniciar los procesos de comercialización de inmuebles sometidos al régimen de tiempo compartido turístico, los promotores o comercializadores deberán establecer las garantías que se señalan en este capítulo.
- **Artículo 2.2.4.4.3.2.** Garantías cuando la construcción no se hubiere iniciado en un proyecto ubicado en Colombia. Con antelación a la iniciación de la construcción de un inmueble destinado a tiempo compartido turístico ubicado en Colombia, el promotor o comercializador deberán establecer, a su elección, una de las siguientes garantías: póliza de seguro, caución, aval, encargo fiduciario, contrato de fiducia mercantil o cualquiera otra que asegure la devolución de las sumas de dinero recibidas de los compradores, en el evento de que no se inicien las obras.

Cuando la garantía elegida por el promotor o comercializador sea la de póliza de seguro, ella deberá cubrir, al menos, el equivalente al veinte por ciento del valor de los períodos vacacionales que se comercialicen.

- **Artículo 2.2.4.4.3.3.** Garantías en proyectos en construcción ubicados en Colombia. Cuando ya se hubiere iniciado la construcción de un inmueble y se decidiere su afectación al régimen de tiempo compartido turístico, el promotor o comercializador deberán establecer, a su elección, una de las siguientes garantías: póliza de seguro, caución, aval, encargo fiduciario, contrato de fiducia mercantil o cualquiera otra que asegure el buen manejo de los recursos recibidos o que reciba en el futuro, su adecuada destinación y el cumplimiento del contrato o la devolución de las sumas recibidas de los compradores, en el evento de que no se terminen las obras.

Cuando la garantía elegida por el promotor o comercializador sea la de póliza de seguro, ella deberá constituirse por un veinte por ciento, al menos, del presupuesto de obra del proyecto.

- **Artículo 2.2.4.4.3.4.** Garantías en proyectos en construcción ubicados en el exterior. Cuando se comercialicen proyectos de tiempo compartido turístico ubicados en el exterior, cuya construcción no se hubiere iniciado o no estuviere terminada, el promotor, desarrollador o comercializador deberá establecer una póliza de seguro, caución, aval, encargo fiduciario, contrato de fiducia mercantil o cualquiera otra garantía que asegure el buen manejo de los recursos recibidos, su adecuada destinación y el cumplimiento del contrato o la devolución de las sumas recibidas de los compradores, en el evento de que no se terminen las obras.

Cuando la garantía elegida por el promotor, desarrollador o comercializador sea la de póliza de seguro, ella deberá cubrir, al menos, el equivalente al veinte por ciento del valor de los períodos vacacionales comercializados si se tratare de un proyecto cuya construcción no se hubiere iniciado.

Si se tratare de un proyecto cuya construcción no estuviere terminada y la garantía elegida por el promotor, desarrollador o comercializador sea la de póliza de seguro, ella deberá constituirse por un veinte por ciento al menos del presupuesto de obra del proyecto.

2.9 OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES

Son las personas naturales o jurídicas, legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes, congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción, realización; así como la asesoría y producción de estos certámenes en forma total o parcial.

Obligaciones:

- ▶ Inscribirse en el Registro Nacional del Turismo.
- ▶ Acreditar ante el Ministerio de Comercio, las condiciones y requisitos que demuestren su capacidad técnica, operativa, financiera, de procedencia de capital y de seguridad al turista.
- ▶ Ajustar sus pautas de publicidad a los servicios ofrecidos, en especial en materia de precios, calidad y cobertura del servicio.
- ▶ Suministrar la información que le sea requerida por las autoridades del turismo.
- ▶ Dar cumplimiento a las normas sobre conservación del medio ambiente tanto en el desarrollo de proyectos turísticos, como en la prestación de servicios.
- ▶ Actualizar anualmente los datos de su inscripción en el Registro Nacional del Turismo.
- ▶ Asesorar de forma profesional a los clientes.
- ▶ Generar los eventos propios y de terceros en sus etapas de planeación, promoción y realización.
- ▶ Garantizar los servicios contratados.
- ▶ Programas de capacitación.
- ▶ Asesorar profesionalmente a los clientes.
- ▶ Informar veraz y oportunamente los costos y tarifas de todos los servicios que hacen parte del evento.
- ▶ Extender a los clientes un comprobante que especifique los servicios contratados.





INTRODUCCIÓN

El turismo hace referencia a un sinnúmero de entidades y sectores que lo conforman de manera directa e indirectamente y que, al mismo tiempo, velan porque este se desarrolle de una manera adecuada y correcta.

Es por eso que en este módulo se conocerán cuáles son los lineamientos a tener en cuenta para el desarrollo turístico en una región o lugar, con el fin de brindar la mejor experiencia a los visitantes y así lograr generar un turismo responsable.

3.1 ENTIDADES TERRITORIALES

Para interpretar la conformación del sector turístico, es necesario ubicarse en la territorialidad y su distribución administrativa, esto facilita entender la manera cómo se aplica en cada uno de los espacios geográficos y la importancia que tiene para las comunidades.

Es decir, conocer los canales pertinentes para establecer lineamientos ante el deber ser de la actividad turística, dada la injerencia que tiene el Estado y los prestadores de servicios.

¿QUÉ ES UNA ENTIDAD TERRITORIAL?

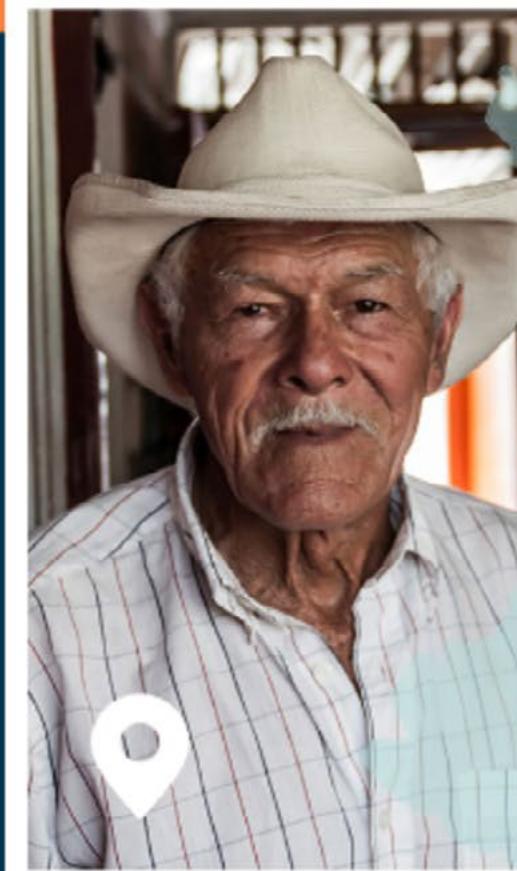
De acuerdo con la Constitución Política de Colombia (1991):

Las entidades territoriales gozan de autonomía para la gestión de sus intereses y dentro de los límites de la constitución y la ley. En tal virtud tendrán los siguientes derechos:

- ▶ Gobernarse por autoridades propias.
- ▶ Ejercer las competencias que les correspondan.
- ▶ Administrar los recursos y establecer los tributos necesarios para el cumplimiento de sus funciones.
- ▶ Participar en las rentas nacionales. (Art. 287).

Según el Instituto Geográfico Agustín Codazzi -IGAC- (s.f.)

La República de Colombia está compuesta por entidades territoriales de segundo nivel denominadas departamentos y distritos, y de tercer nivel llamadas municipios y territorios indígenas. La ley podrá crear regiones y provincias como entidades territoriales. Existen, además, las áreas metropolitanas, comunas y corregimientos como divisiones administrativas para el cumplimiento de funciones del Estado y la prestación de servicios.







Entidades territoriales

Departamentos:

De conformidad con los artículos 286 y 298 de la Constitución Política, son entidades territoriales que tienen autonomía para la administración de los asuntos seccionales y la planificación y promoción del desarrollo económico y social dentro de su territorio en los términos establecidos por la Constitución. Los departamentos ejercen funciones administrativas, de coordinación, de complementariedad de la acción municipal, de intermediación entre la nación y los municipios y de prestación de los servicios que determinen la constitución y las leyes.



Municipio:

Es la entidad territorial fundamental de la división político-administrativa del Estado, con autonomía política, fiscal y administrativa dentro de los límites que le señalen la constitución y las leyes de la república. De conformidad con el artículo 311 de la Constitución Política y con la Ley 136 de 1994 (junio 2).



Corregimiento departamental:

Es una división del departamento, la cual incluye un núcleo de población. Según esta misma norma, los ahora corregimientos departamentales no forman parte de un determinado municipio. De conformidad con el Decreto 2274 de 1991 (octubre 4).



Área metropolitana:

De conformidad con el artículo 1º de la Ley 128 de 1994, es una entidad administrativa, formada por un conjunto de dos o más municipios integrados alrededor de un municipio núcleo o metrópoli, vinculados entre sí por estrechas relaciones de orden físico, económico y social, que para la programación y coordinación de su desarrollo y para la racional prestación de sus servicios públicos requiere una administración coordinada. Las áreas metropolitanas están dotadas de personería jurídica de derecho público, autonomía administrativa, patrimonio y autoridades propias.



¿Por qué la descentralización en Colombia?



Da una mayor y mejor provisión de bienes públicos locales y meritorios para la población.



- ▶ Brinda mayor bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de la población en salud, educación, agua potable y saneamiento básico. De esta manera, en la gestión de las entidades territoriales en Colombia recae los cimientos del Estado social de derecho.
- ▶ La implementación de las políticas públicas es mucho más ágil y eficaz debido a que las autoridades locales responden y están más cerca de los problemas y demandas de la comunidad.
- ▶ Al haber varias entidades territoriales surgen puntos de comparación propiciando la competencia y aumentando las posibilidades de innovación en la solución de los problemas.
- ▶ La administración nacional mejoraría en su funcionamiento, pues deja de lado una serie de funciones sobre las cuales no está en condiciones apropiadas para desempeñarlas.
- ▶ De esta forma, el Gobierno nacional podrá dedicarse a asuntos más estratégicos, transfiriendo competencias a las administraciones locales.

- ▶ Genera un mayor empoderamiento de la comunidad en las decisiones públicas.
- ▶ Genera una mayor participación electoral y fortalece la democracia.
- ▶ Por otra parte, según la teoría de Brennan y Buchanan, la descentralización se convierte en un poderoso elemento de contención de la expansión de lo que denominan el Estado leviatán o aquel gobierno monolítico que busca sistemáticamente explotar a la ciudadanía a través de la maximización de los ingresos provenientes de impuestos que son extraídos de la economía, pues para estos teóricos el tamaño del sector público debe variar inversamente a la vez que se amplía la descentralización fiscal. Es decir, la descentralización controla el tamaño del gobierno nacional y limita su expansión. (Procuraduría delegada para la descentralización y las entidades territoriales, 2011).





La descentralización en Colombia

Se inicia a comienzo de los años 80 propósito general

Aumentar la legitimidad del estado, mediante la modernización de las estructuras políticas, administrativas y sociales



Se plantearon dos objetivos



Mejorar la provisión de bienes y servicios públicos locales



Profundizar la democracia en el ámbito municipal

Importancia de la descentralización



Genera orden



Fortalece los gobiernos locales



Conoce las necesidades



Esencia del gasto público

Objetivos de la descentralización





Actividad 9

9

Para entender cómo se organiza el turismo en nuestro país, es clave conocer cómo está dividido el territorio y qué funciones cumple cada entidad en su región.

Así como una finca tiene su dueño, sus límites y responsabilidades, el país también está dividido en entidades territoriales que ayudan a administrar mejor los servicios y tomar decisiones cerca de la comunidad.

Hoy vamos a recordar lo aprendido completando este texto con palabras clave que representan lo más importante de este tema.

Instrucciones:

1. Lee cuidadosamente el siguiente párrafo.
2. Completa los espacios en blanco usando las palabras del recuadro.
3. Cada palabra debe usarse una sola vez.

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|------------------------|
| 1. entidades | 2. administración | 3. Constitución |
| 4. departamentos | 5. municipios | 6. distritos |
| 8. autonomía | 9. autoridad | 10. tributos |
| 12. descentralización | 13. participación | 7. indígenas |
| | | 11. servicios |

En Colombia, el territorio nacional está organizado en _____ territoriales para facilitar la _____ pública y local. Esta división está reconocida en la _____ Política de 1991, y comprende entidades como los _____, los _____, los _____ y las entidades territoriales_____.

Cada una de estas entidades goza de _____, lo que significa que pueden tener su propia _____, manejar sus recursos, recaudar _____ y prestar _____ básicos como salud, educación y agua.

Gracias al principio de _____, el poder no se concentra solo en el gobierno nacional, sino que se reparte entre regiones, permitiendo una mayor _____ ciudadana y mejores respuestas a las necesidades locales.

¡Muy bien!

Reflexionar sobre este tema te permite comprender cómo funcionan las decisiones locales que afectan tu comunidad. Ahora sabes que conocer tu territorio también es clave para participar en su desarrollo turístico.



3.2 DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN Y EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El Departamento Nacional de Planeación (DNP) se constituye como la unidad rectora de planificación en el país, razón por la cual debe dirigir el proceso de formulación del Plan Nacional de Desarrollo (PND), y coordinar la inclusión de los comentarios pertinentes por parte del Consejo Nacional de Planeación, el Consejo Nacional de Política Económica y Social -CONPES- y demás actores de la sociedad civil.

Así mismo, el DNP debe desarrollar las orientaciones de planeación impartidas por el Presidente de la República y coordinar el trabajo de formulación del Plan Nacional de Desarrollo con los ministerios, departamentos administrativos y entidades territoriales.



¿Qué es el Plan Nacional de Desarrollo?

Es el documento que sirve de base y provee los lineamientos estratégicos de las políticas públicas formuladas por el Presidente de la República a través de su equipo de Gobierno. Su elaboración, socialización, evaluación y seguimiento es responsabilidad directa del DNP.

El PND, es el instrumento formal y legal por medio del cual se trazan los objetivos del Gobierno permitiendo la subsecuente evaluación de su gestión. De acuerdo con la Constitución Política de Colombia de 1991 en su artículo 339 del Título XII: “Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública”, Capítulo II: “De los planes de desarrollo”, el PND se compone por una parte general y un plan de inversiones de las entidades públicas del orden nacional.

En la parte general se señalan los propósitos y objetivos nacionales de largo plazo, las metas y prioridades de la acción estatal en el mediano plazo y las estrategias y orientaciones generales de la política económica, social y ambiental que serán adoptadas por el Gobierno.



Funciones del DNP relacionadas con el PND

Una vez presentado el Plan Nacional de Desarrollo al Congreso de la República a través del Ministerio de Hacienda y Crédito Público; el DNP coordina la ejecución, el seguimiento y la evaluación de gestión y resultados del plan.

Para tal efecto, el DNP, debe aprobar las metodologías para el diseño, el seguimiento y la evaluación de las políticas, los programas y los proyectos contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo y las metodologías para la identificación, formulación y evaluación de los proyectos financiados con recursos nacionales.

De manera similar, el DNP, coordina a todas las entidades y organismos públicos para garantizar el debido cumplimiento y ejecución de las políticas, los programas y los proyectos contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo. (Departamento Nacional de Planeación, 2018)





Actividad 10

¡Pongamos a prueba lo que aprendiste!

El Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el Plan Nacional de Desarrollo (PND) son claves para que los proyectos de turismo y desarrollo regional avancen de manera organizada.

Después de leer y escuchar sobre su importancia, ha llegado el momento de comprobar cuánto has comprendido.

Instrucciones:

A continuación, encontrarás seis preguntas con cuatro opciones de respuesta (a, b, c y d).

- Lee cuidadosamente cada pregunta.
- Marca con una X la opción correcta.

Recuerda: solo hay una respuesta correcta por pregunta.

Preguntas

1. ¿Cuál es la función principal del Departamento Nacional de Planeación (DNP)?

- a. Recaudar impuestos en los municipios.
- b. Promocionar destinos turísticos internacionales.
- c. Coordinar la formulación del Plan Nacional de Desarrollo.
- d. Controlar el comercio entre departamentos.

2. El Plan Nacional de Desarrollo es un documento que...

- a. Sirve para crear nuevas leyes de tránsito.
- b. Establece los objetivos del Gobierno y orienta su gestión.
- c. Solamente se usa para campañas políticas.
- d. Reemplaza los planes municipales.

3. ¿Qué entidades participan en la construcción del Plan Nacional de Desarrollo?

- a. Solo el Ministerio de Hacienda y los gobernadores.
- b. Las Cámaras de Comercio.
- c. El DNP, el CONPES y representantes de la sociedad civil.
- d. Los gremios del transporte únicamente.

4. Según el texto, el PND está compuesto por:

- a. Un plan de emergencia nacional.
- b. Una parte de inversiones y otra de vivienda rural.
- c. Una parte general y un plan de inversiones públicas.
- d. Un inventario de productos regionales.

5. ¿Qué permite el Plan Nacional de Desarrollo en las regiones?

- a. Suspender servicios de salud y educación.
- b. b) Dirigir proyectos y políticas públicas con visión a largo plazo.
- c. c) Centralizar todas las decisiones en Bogotá.
- d. d) Eliminar los presupuestos regionales.

6. ¿Qué ley establece la existencia del Plan Nacional de Desarrollo y su estructura?

- a. Ley 100 de 1993.
- b. Ley 300 de 1996.
- c. Ley 152 de 1994.
- d. Ley 30 de 1992.

¡Excelente trabajo! Conocer cómo funciona el DNP y qué contiene el PND te permite comprender cómo se toman decisiones que afectan el desarrollo económico, social y turístico del país.

¡Sigue aprendiendo, que tu región también se construye con participación e ideas claras!

- Resuestas:
- 1. c—Coordinar la formulación del Plan Nacional de Desarrollo.
 - 2. b—Establecer los objetivos del Gobierno y orienta su gestión.
 - 3. c—El DNP, el CONPES y representantes de la sociedad civil.
 - 4. c—Una parte general y un plan de inversiones públicas.
 - 5. b—Dirigir proyectos y políticas públicas con visión a largo plazo.
 - 6. c—Ley 152 de 1994.

3.3 CONPES 3397 DE TURISMO

La política de turismo en Colombia se ha orientado principalmente al fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales. Las políticas y planes, contemplados en la Ley 300 de 1996 - Ley de Turismo, se han dirigido a realizar acciones en materia del mejoramiento de la competitividad de los productos y destinos turísticos y al desarrollo de políticas de promoción y mercadeo a nivel nacional.

El documento CONPES 3397 propone lineamientos para el desarrollo del sector turismo y las estrategias que son necesarias implementar para lograr ese fin.

3.4 PLANES SECTORIALES DE TURISMO

Son instrumentos de gestión empleados para impulsar el desarrollo social, con aprovechamiento de los bienes regionales tanto de patrimonio cultural como natural. Su primordial objetivo es proyectar a largo plazo el producto turístico, con el fin de hacerlo competitivo, lucrativo y sostenible.



Para una buena planificación en el sector turístico se hace necesario:

- ▶ Constante investigación sobre avances en el sector turístico, con el fin de contar con un diagnóstico actualizado para acelerar los procesos de mejoramiento.
- ▶ Caracterización precisa de los atractivos turísticos para examinar las alternativas del producto en el mercado de oferta y demanda.
- ▶ Determinar la situación turística actual y la opción del producto turístico mediante el análisis del aplicativo DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).
- ▶ Crear estrategias y tácticas que permitan alcanzar los objetivos planificados.
- ▶ Implementar programas operativos que circunscriban un plan de comercialización amplio y productivo.
- ▶ Aprovechamiento al máximo de los recursos utilizables en la región, pensando siempre en la implementación de un proceso basado en el desarrollo sostenible.
- ▶ Establecer un plan de trabajo integrador con los estamentos que participan en el desarrollo turístico, con el fin de alcanzar acuerdos entre un producto altamente competitivo y otro de baja calidad; todo desde la perspectiva de incentivar o desestimar un producto.

Son evidentes los beneficios que obtiene una región al contar con un Plan de Desarrollo Turístico; por ejemplo, permite el desarrollo de una estrategia para la creación y generación de empleo con ingreso estable y ajustable que favorece significativamente a su población.

Hoy día es ampliamente reconocido el aporte de la industria turística en el crecimiento y progreso económico de una región o de un país.



Apoyo a los planes de desarrollo del sector

Los planes de desarrollo apoyan la creación de iniciativas transformadoras con proyectos que involucren dispositivos de avances tecnológicos; igualmente, favorecen el desarrollo de una cultura turística innovadora en las regiones con esta vocación. Su diseño, por tanto, se hace necesario para proyectar con aseguramiento las posibilidades de oferta para un producto turístico.

Este documento resalta la importancia de apoyar a las empresas turísticas, definiendo lineamientos y políticas para su desarrollo y organización, mediante la planeación estratégica del servicio a ofertar, de tal manera que se cumpla con las exigencias y políticas establecidas, abriendo una amplia posibilidad de competir tanto local como internacionalmente con empresas que desean posicionarse en el mercado nacional.

De ahí la necesidad de trabajar en equipo para fortalecer el sistema, mediante la aplicación de correctivos a las debilidades arrojadas por diagnóstico inicial. Su objetivo resulta claro: organizar el sistema turístico para el mejoramiento de la imagen nacional a nivel internacional aprovechando como insumo la excelencia de los atractivos materiales e inmateriales, muchos de ellos, identificados y declarados patrimonios históricos de la humanidad.

Uno de los planes a apoyar, es el referido a convenciones y congresos, dado el alto índice de solicitudes para este tipo de actividades. Necesariamente, su interés radica en los enormes atractivos de tipo turístico con los que cuenta el país; un motivo más para prepararse con planeación e innovación, para la captura de este tipo de mercado.



Entidades que apoyan los planes de desarrollo turístico

► Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Su objetivo primordial es el de formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país.

► Instituto Nacional de Metrología–INM

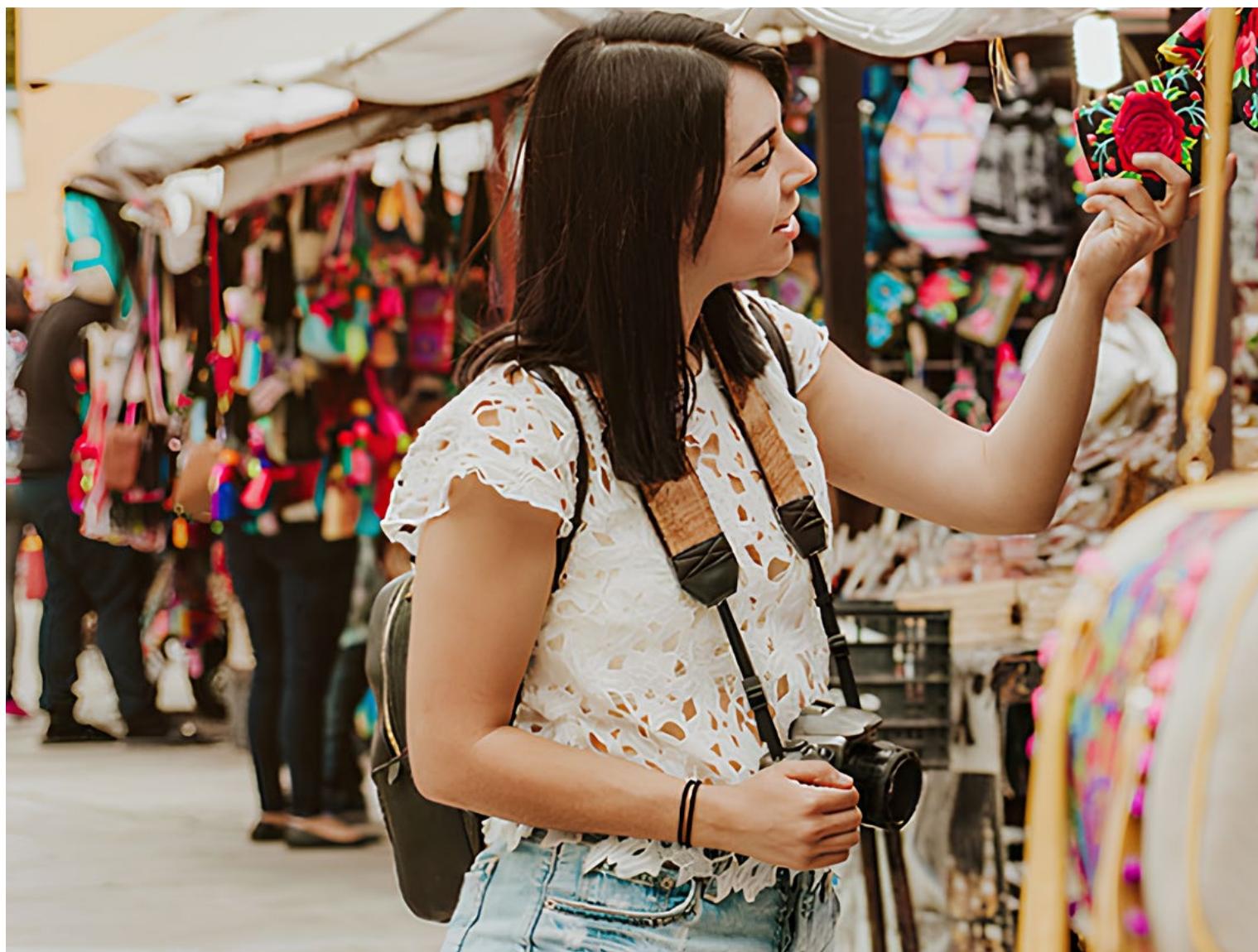
Unidad administrativa especial de carácter técnico, científico y de investigación.

► Artesanías de Colombia S.A.

Empresa de economía mixta, que contribuye al progreso del sector artesanal, mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de nuevos productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de artesanías colombianas.

► Procolombia

Entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales colombianas. Brinda apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales, en sus actividades de mercadeo internacional, mediante servicios dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia exportadora, buscando la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)





3.5 CERTIFICACIONES DE CALIDAD TURÍSTICA

El Certificado de Calidad Turística es una marca que se entrega a los establecimientos que cumplen con unos requisitos orientados al fortalecimiento de la gestión y sostenibilidad de las empresas. Esta marca reconocida por la Superintendencia de Industria y Comercio se desarrolló como estrategia para generar una cultura orientada a la excelencia.

Por lo tanto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha logrado la reglamentación de estos por medio de las resoluciones 0650 de 2008 y la 5797 de 2013.



Objetivos

- ▶ Los objetivos de la marca de calidad turística según Resolución 0650, son los siguientes:
 - ▶ Mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en Colombia.
 - ▶ Crear una herramienta informativa y comercial para diferenciar servicios turísticos que comparativamente presenten un mejor desempeño.
 - ▶ Incentivar el crecimiento del mercado nacional de este tipo de servicios.
 - ▶ Promover un cambio hacia el consumo de servicios turísticos de óptima calidad.
 - ▶ Facilitar el acceso al mercado y mejorar la imagen de los servicios turísticos.
 - ▶ Incentivar el crecimiento en la prestación de servicios turísticos de calidad.
 - ▶ Promover el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías de calidad aplicables al sector turístico.
- (Icontec, s.f.)



3.6 POLICÍA DE TURISMO

La policía de turismo es un grupo especializado encargado de vigilar y velar por el buen uso de las empresas prestadoras de servicios turísticos de cada destino y el cuidado de los visitantes.

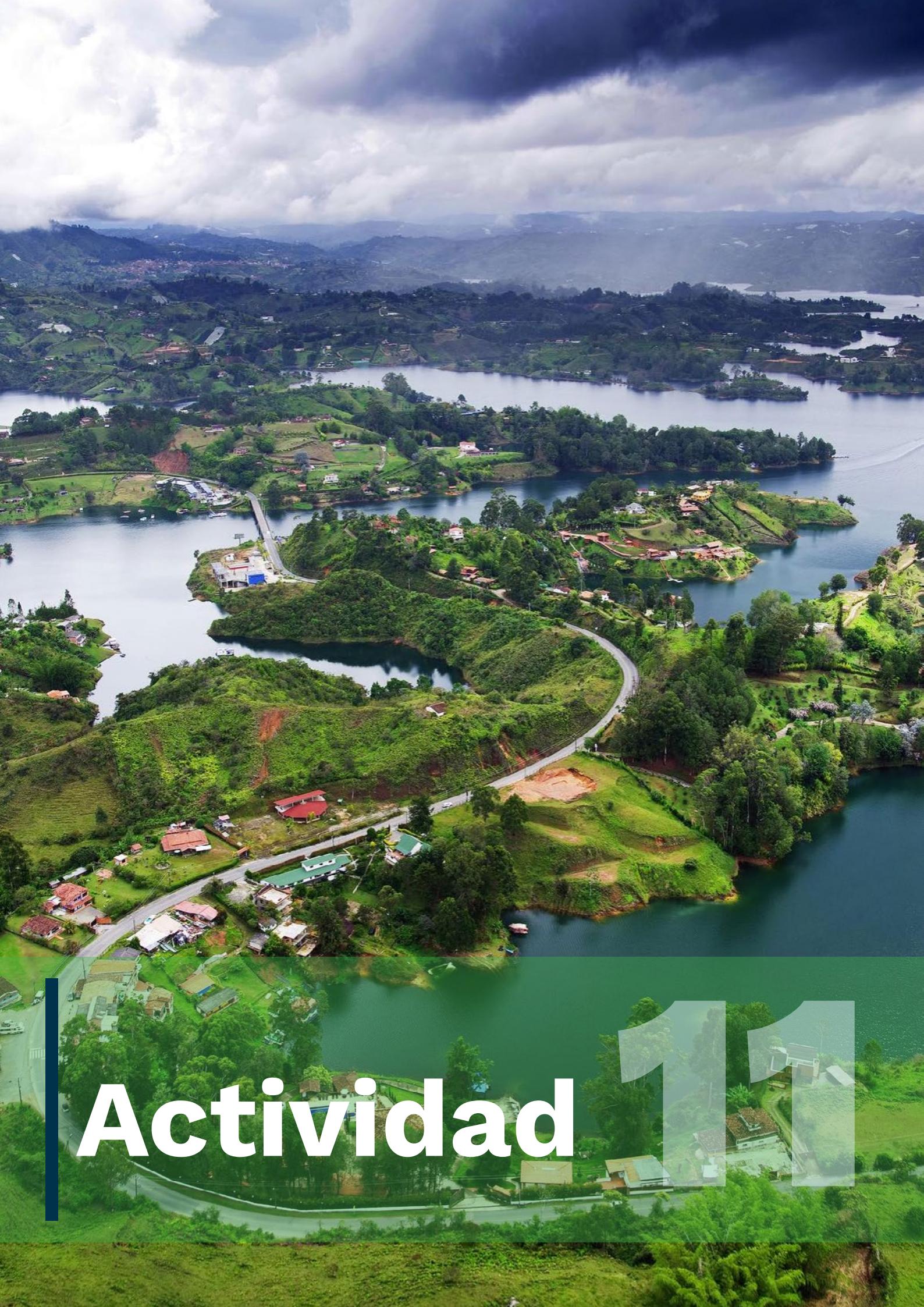


Objetivos

- ▶ Protección del turista.
- ▶ Protección del patrimonio cultural.
- ▶ Velar que los prestadores de servicios turísticos cumplan con la normatividad establecida.
- ▶ Protección de patrimonio arqueológico.

La labor que la policía de turismo desempeña ayuda en gran medida a garantizar que los turistas no sean estafados o engañados en los diversos destinos turísticos, y que estos puedan sentirse seguros en el lugar que están visitando.





Actividad 11

¡Adivina, adivinador del turismo con valor!

¿Te acuerdas de lo que aprendiste en la cartilla sobre las certificaciones de calidad turística?

Son como el sello de garantía para los servicios turísticos que hacen bien las cosas. Así como cuando alguien vende arepas bien hechas y limpias en la plaza y todo el mundo vuelve por más, en el turismo también hay reconocimientos para quienes cumplen con normas y prestan un buen servicio.

Ahora, pon a prueba lo que sabes con estas adivinanzas campesinas. ¡Usa tu ingenio y tu memoria para encontrar la respuesta!

Instrucciones:

Lee con atención cada adivinanza y **escribe la respuesta correcta en la línea**.

Al final, podrás verificar si acertaste.

Todas las respuestas están relacionadas con la calidad turística, sus beneficios, objetivos y requisitos.

Adivinanza 1:

Si una empresa turística quiere mejorar,
esta marca le pueden otorgar.
Cumple normas, da buen servicio y es legal,
¡la excelencia es su meta principal!

¿Qué certificación es? _____

Adivinanza 2:

Si vendes empanadas con buen sabor,
o guías turistas con amabilidad y honor,
la calidad también es para ti, campesino
emprendedor,
con buenas prácticas y atención con valor.

¿A quién se dirige la certificación turística? _____

Adivinanza 3:

Con esta estrategia el turismo puede avanzar,
se promueve lo bueno y lo que hay que destacar.
Ayuda al negocio a crecer con decisión,
y mejora la imagen de toda la región.

¿Qué estrategia es? _____

Adivinanza 4:

Para que el turista regrese feliz,
el servicio debe prestarse como se dice aquí.
Trato amable, limpieza y puntualidad,
son pilares de la buena calidad.

¿Qué se debe garantizar en un servicio turístico? _____

Adivinanza 5:

Aumentar el consumo de servicios con calidad,
es un objetivo de verdad.
También incentiva el mercado nacional,
y hace que viajar se vea genial.

¿Qué objetivo es? _____

Adivinanza 6:

Si eres prestador y quieres aplicar,
esta marca debes lograr.
Se consigue con esfuerzo y formación,
y la entrega el Ministerio con validación.

¿Qué marca es? _____

¡Muy bien, aprendiz SENA!

Responder estas adivinanzas es una forma divertida de reforzar que **la calidad turística también nace en el campo**. Con buen servicio, limpieza y amabilidad, puedes lograr que quienes visitan tu región se sientan bien atendidos y quieran volver.

- Respuetas:
1. Certificado de calidad turística.
 2. Prestadores rurales o emprendedores del campo.
 3. Estrategia de excelencia turística.
 4. Buen servicio al cliente.
 5. Promover el consumo de servicios turísticos de calidad.
 6. Marca de calidad turística.

INTRODUCCIÓN

En este cuarto módulo se estudiará todo lo relacionado con: promoción, mercadeo, *marketing*, cooperación turística internacional y programas de promoción turística. El objetivo es ayudar a posicionar, dar a conocer o generar un impacto positivo de un destino turístico, gracias a la implementación de estrategias o herramientas incluidas en este material.



4.1 COOPERACIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL

Hablar de turismo es referenciar: continentes, países, ciudades y diferentes maneras de ver el mundo. Es por eso que, cuando el turismo traspasa fronteras se debe buscar, de forma adecuada, que logre ser percibido por los viajeros.

Para ello, se han implementado instrumentos de cooperación internacional, fondos de promoción y mercadeo turístico con el objetivo de cooperar con el intercambio cultural y de costumbres que hay en cada país.





Instrumentos de cooperación internacional

Los instrumentos de cooperación internacional son una herramienta que ayuda a que un país pueda dar a conocer sus destinos turísticos de manera confiable, segura y atractiva a los residentes del extranjero, logrando un fomento mutuo.

Otro de los beneficios que se puede encontrar en este sistema es el de cooperación, capacitación e intercambio de experiencias de las personas involucradas en el turismo hacia el país que requiere estos conocimientos.

Mecanismo

Memorando de entendimiento en el campo de turismo, que suscriben la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos y el Ministerio de Comercio, Industria y de la República de Colombia.

Contraparte: México

Fecha de firma: 29 de febrero de 2012

Objetivo del acuerdo

Fortalecer la cooperación en el campo del turismo. Intercambio y asesoría para el desarrollo de infraestructura en proyectos y centros turísticos integrales sustentables, a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, FONATUR de México. Promover la realización de programas de capacitación y formación de profesionales de ambos países en el sector turismo.

Mecanismo

Declaración conjunta para intensificar los flujos de turismo.

Contraparte: Unión Europea

Fecha de firma: 17 de mayo de 2012

Objetivo del acuerdo

Adoptar medidas para facilitar los flujos turísticos entre la UE y la República de Colombia, promoviendo los viajes, en particular en las temporadas bajas respectivas, optimizando el uso de la capacidad disponible de las compañías aéreas y el alojamiento, aportando de este modo beneficios a la economía local de los lugares de destino.

Mecanismo

Memorando de entendimiento para la cooperación en el ámbito del turismo.

Contraparte: Principado de Andorra

Fecha de firma: 17 de octubre de 2013

Objetivo del acuerdo

Establecer la base para desarrollar un mayor intercambio turístico entre las partes. Promoverán el desarrollo de la cooperación y el establecimiento de contactos directos entre las autoridades turísticas y gremios de sus países, que operen en el ámbito de turismo.

Mecanismo

Memorando de entendimiento para la cooperación en el ámbito del turismo.

Contraparte: España

Fecha de firma: 24 de enero de 2014

Objetivo del acuerdo

Desarrollo y ampliación de las relaciones turísticas actualmente existentes, como medio para fortalecer sus economías y ampliar el conocimiento recíproco de sus respectivas culturas nacionales.

Mecanismo

Memorando de entendimiento para la cooperación en el sector de turismo de bienestar–termalismo, spa-centros de bienestar y talasoterapia.

Contraparte: Ayuntamiento de Ourense

Fecha de firma: 15 de mayo de 2014

Objetivo del acuerdo

Promover, fomentar y aumentar la cooperación en el sector de turismo de bienestar (Termalismo, SPA-Centros de bienestar y talasoterapia) dentro de su respectiva jurisdicción sobre la base de igualdad y beneficio mutuo.

Mecanismo

Memorando de entendimiento de cooperación entre Colombia y Vietnam.

Contraparte: Vietnam

Fecha de firma: 14 de septiembre de 2015

Objetivo del acuerdo

Incrementar el número de turistas entre los 2 países y promover iniciativas para el desarrollo del turismo.

Mecanismo

Memorando de entendimiento de cooperación entre Colombia y Tailandia.

Contraparte: Tailandia

Fecha de firma: 16 de septiembre de 2015

Objetivo del acuerdo

Promover, fomentar y aumentar la cooperación en el sector turismo de bienestar dentro de su respectiva jurisdicción sobre la base de igualdad y beneficio mutuo.

Mecanismo

Memorando de entendimiento para cooperación en turismo.

Contraparte: Turquía

Fecha de firma: 10 de febrero de 2015

Objetivo del acuerdo

Buscar afianzar el entendimiento mutuo y busca fomentar la cooperación en este sector con el fin de promover los objetivos de desarrollo sostenible y contribuir al desarrollo social y económico.

Mecanismo

Plan de acciones Colombia-España 2015-2016.

Contraparte: España

Fecha de firma: 14 de septiembre de 2015

Objetivo del acuerdo

Propiciar el intercambio de experiencias, informaciones y expertos sobre proyectos y programas en el ámbito de la gestión, desarrollo y promoción de productos y destinos.

Mecanismo

Memorando de entendimiento de cooperación entre Colombia e India.

Contraparte: India

Fecha de firma: no se ha firmado

Objetivo del acuerdo

Aumentar la cooperación bilateral en el sector turismo y de hospitalidad.

Mecanismo

Memorando de entendimiento de cooperación entre Colombia y Uzbekistán.

Contraparte: Uzbekistán

Fecha de firma: no se ha firmado

Objetivo del acuerdo

Incrementar el flujo de turistas entre los dos países y promover iniciativas para el desarrollo del turismo.



Modalidades de cooperación internacional

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s.f.):

La oferta y demanda de cooperación internacional se realiza mediante tres (3) grandes modalidades: Ayuda Oficial al Desarrollo, Cooperación Sur-Sur y Cooperación Triangular.

► Ayuda Oficial al Desarrollo AOD

Este tipo de ayuda va destinada a países en desarrollo e instituciones multilaterales, los cuales son organismos establecidos por el gobierno y empresas privadas. El objetivo principal de esta ayuda de recursos es el desarrollo económico, social y bienestar de los países en desarrollo. Una de las características es que no es reembolsable y/o concesional.

► Cooperación Sur-Sur

Cuando se habla de esta modalidad de cooperación internacional se enfatiza en la horizontalidad, solidaridad, interés y beneficio mutuo, esto con el fin de atender de manera conjunta todas las situaciones de desarrollo de los países involucrados. Para Colombia, es un mecanismo eficaz para promover la generación de agendas positivas y el intercambio de conocimientos y experiencias entre países en desarrollo.

► Cooperación triangular

Es un tipo mixto de colaboración internacional, que combina la cooperación tradicional o vertical, con la Sur-Sur, para brindar apoyo a un tercer país en desarrollo. La cooperación triangular ayuda a complementar las fortalezas existentes en los países en desarrollo, especialmente los de renta media y los donantes tradicionales, para hacer frente a los desafíos del entorno y avanzar en intereses comunes, mediante soluciones adaptables a los contextos y realidades de los países.



Luego de identificar los tipos de cooperación, se debe de materializar este tipo de ayuda; hay dos maneras de hacerlo:





Cooperación financiera:

s ofrecida por algunas fuentes, mediante la asignación de recursos financieros, con el objeto de apoyar proyectos de desarrollo. Se divide en reembolsable y no reembolsable.

Cooperación financiera reembolsable

Consiste en créditos blandos y se desarrolla bajo condiciones de interés y de tiempo más favorables. Su coordinación en Colombia está a cargo del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y del Departamento Nacional de Planeación.

Cooperación financiera NO reembolsable

Es la cooperación ofrecida por algunas fuentes, mediante la asignación de recursos en efectivo, con el objeto de apoyar proyectos o actividades de desarrollo. En algunos casos los recursos se han empleado también para adquisición de materiales, equipos o la financiación de estudios de preinversión y factibilidad.

Cooperación técnica:

Consiste en créditos blandos y se desarrolla bajo condiciones de interés y de tiempo más favorables. Su coordinación en Colombia está a cargo del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y del Departamento Nacional de Planeación.





Normatividad

La cooperación internacional es un instrumento que permite articular y canalizar toda la cooperación de las entidades, tanto públicas como privadas, que recibe y realiza la oferta de un país como destino turístico.

Esta iniciativa está en vigencia desde el año 2003 y está organizada por medio de un comité de coordinación institucional, el cual está conformado por la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia (APC-Colombia), el Director de Cooperación internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores y el subdirector de crédito del Departamento Nacional de Planeación.

Una de las funciones principales de estas entidades es la de brindar insumos para la elaboración de estrategias de cooperación internacional y estas van de la mano para la creación de otras herramientas de seguimiento y evaluación de la cooperación.

Al lograr la cooperación internacional una eficiente coordinación con los entes involucrados que se integran, se estableció que las oficinas de la cooperación internacional deben ubicarse en los ministerios, donde puedan contar con puntos de contactos APC-Colombia y el MRE.



De acuerdo con el Decreto 210 del 3 de febrero de 2003, la Oficina Asesora de Planeación Sectorial al ser la encargada de los temas de cooperación internacional en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tiene entre sus funciones:

1. Formular programas de cooperación técnica nacional e internacional que el organismo requiera para el desarrollo de sus objetivos institucionales, proponerlos ante el Ministerio de Relaciones Exteriores, y llevar a cabo la coordinación y trámite de los mismos ante la Agencia Colombiana de Cooperación Internacional - ACCI¹.
2. Orientar, capacitar y asesorar a las diferentes dependencias del Ministerio y a sus entidades adscritas y vinculadas, en el diseño y formulación de proyectos que puedan ser financiados con recursos de cooperación internacional.
3. Hacer seguimiento a los proyectos ejecutados por el Ministerio y por sus entidades adscritas y vinculadas, con recursos de cooperación técnica internacional.





Buenas prácticas

Las buenas prácticas hacen referencia a las herramientas que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo utiliza para poder incentivar, de una manera adecuada, el turismo y el cuidado de los bienes patrimoniales. Algunos de los temas de gran importancia en el sector turismo, donde también se inculcan estas prácticas, según Mincomercio (2014) son:



Turismo negocia:

Generar oportunidades de negocios para micros y pequeños empresarios del sector turístico nacional, propiciando canales de comunicación y comercialización que permitan posicionar productos y servicios turísticos especializados de las regiones, en los mercados nacionales, en el corto, mediano y largo plazo.



Colegios amigos del turismo:

Generar cultura turística, mediante la formulación y ejecución de proyectos pedagógicos en las instituciones educativas, de tal forma que transversalmente se permeen los contenidos educativos de la educación básica (primaria y secundaria) y la educación media.





Certificación de destinos sostenibles:

Crear una cultura de la excelencia en la prestación de los servicios turísticos, a través de la elaboración de normas sectoriales en este caso aplicables a destinos sostenibles y promover la certificación.



Régimen de zonas francas en Colombia:

Servir de instrumento efectivo para atraer inversión, generar empleo y promover el desarrollo regional.



Desarrollo económico local y comercio en Colombia:

Promover un desarrollo económico local equitativo y sostenible en el país, así como el empleo digno de su población por medio de la consolidación de un marco metodológico dirigido a reforzar la competitividad empresarial y regional, facilitando la integración de las unidades productivas locales en circuitos económicos nacionales.





Actividad 12

¡Qué gusto volver a encontrarnos!

Hoy vas a descubrir cómo el turismo no solo se mueve dentro de tu vereda o municipio, sino que también **puede cruzar fronteras** gracias al trabajo en equipo entre países.

Así como compartimos semillas o recetas entre vecinos, también se pueden compartir **ideas, experiencias y proyectos turísticos** con otras naciones. A esto se le llama **cooperación turística internacional**.

En esta actividad conocerás la historia de don Samuel, un campesino que logró que su finca se volviera conocida fuera del país, gracias al apoyo de entidades que promueven el turismo legal y bien hecho.

Instrucciones:

Lee atentamente la historia a continuación.

Luego responde las 3 preguntas con una sola palabra o frase corta.

"El corredor turístico de don Samuel"

Don Samuel vivía en una vereda muy conocida por sus cafetales, su río cristalino y sus caminos de piedra. Cada domingo llegaban turistas con ganas de conocer, pero él sentía que su región podía ser mucho más. Un día, en una charla comunitaria, escuchó que Colombia tenía acuerdos internacionales de cooperación turística, que ayudaban a que más viajeros del mundo vinieran a conocer los pueblos.

Desde entonces, don Samuel decidió aprender sobre cómo funcionaban esos intercambios entre países, donde se compartían experiencias, se ofrecían talleres, y se traían ideas nuevas de otros destinos turísticos. Se enteró de que existían fondos internacionales, como los que usan en España o México, para mejorar senderos, señalizar caminos o capacitar a los guías veredales.

Con la ayuda de la Agencia Presidencial de Cooperación (APC-Colombia) y el Ministerio de Comercio, su región entró en un proyecto de cooperación con otro país. Empezaron a recibir visitantes extranjeros, traductores voluntarios y a participar en ferias internacionales. Incluso lograron que su feria campesina fuera incluida en un plan de promoción internacional.

Ahora, don Samuel no solo vende café: también enseña cómo se siembra, y su finca aparece en videos turísticos de cooperación internacional. Todo comenzó cuando entendió que el turismo no tiene fronteras... ¡pero sí necesita aliados!

Preguntas:

1. ¿Qué entidad colombiana apoya la cooperación turística con otros países? _____
2. ¿Qué se comparte entre países gracias a la cooperación turística? _____
3. ¿Qué ayuda puede recibir una vereda con un proyecto de cooperación? _____

¡Buen trabajo!

Comprender la cooperación turística internacional te permite soñar en grande sin dejar tu comunidad.

Con el trabajo conjunto entre regiones y países, el turismo campesino colombiano puede cruzar fronteras y dar a conocer su riqueza cultural, natural y humana.

¡Sigue aprendiendo para que tu vereda también haga parte del turismo del mundo!



4.2 MARKETING Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

En el sector del turismo, el tema del mercado y la promoción son de gran relevancia. Si en una zona turística no se logra realizar una buena promoción, no se logra captar los suficientes visitantes que, a través de sus experiencias, recomiendan estos destinos a otras personas.



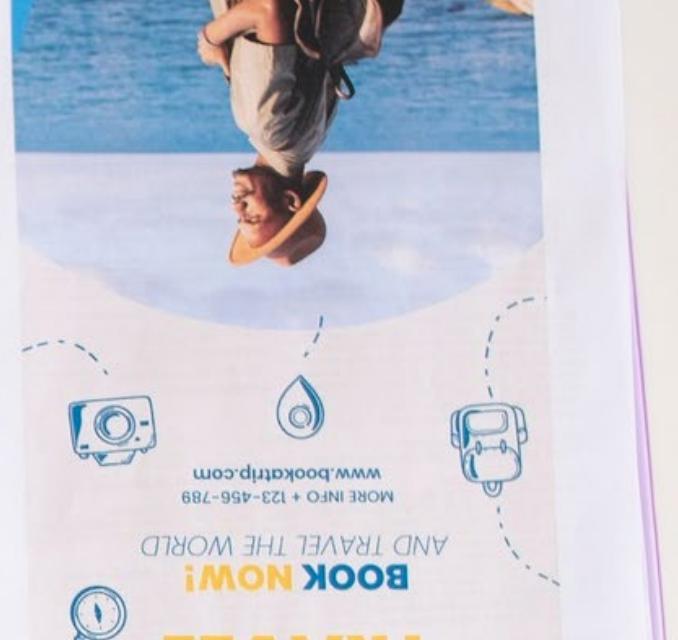
Fontur (Fondo de Promoción Turística)

Nace con el objetivo de fomentar el turismo. A través de una cuenta, a la que está adscrito el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se da manejo a los recursos asignados para la realización de promociones y mejora de la competitividad en el sector turístico.

La supervisión, manejo y control de dichos recursos, están bajo parámetros de política turística, previamente definidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Los recursos provenientes del impuesto con destino al turismo se destinarán a su promoción y competitividad y su ejecución se hará a través de Proexport para la promoción internacional, y con la entidad administradora del Fondo Nacional de Turismo para la promoción interna y la competitividad. (Artesanías de Colombia, s.f.)





Funciones de Fontur

Fontur, es el encargado de cumplir varias funciones. La principal de ellas, de la cual se despliegan otras más, se relaciona a continuación:

- ▶ Recaudar, administrar y ejecutar los recursos.
- ▶ Contribución parafiscal para la promoción y competitividad del turismo.
- ▶ Los activos adquiridos con los recursos de la contribución parafiscal.
- ▶ Las donaciones.
- ▶ Provenientes de patrocinios y actividades comerciales.
- ▶ Derivados de explotación económica de los activos que fueron de propiedad de la corporación nacional de turismo.
- ▶ Asignados en el presupuesto nacional para la infraestructura turística. Promoción y la competitividad turística.
- ▶ Recaudo del impuesto al turismo.

Financiar la ejecución de políticas de prevención y campañas para la erradicación del turismo asociado a prácticas sexuales con menores de edad, las cuales serán trazadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en coordinación con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (Fontur, s.f.).





► Escritura pública número 1.497

La entidad contratante es la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. Fiducoldex, sociedad de servicios financieros de economía mixta indirecta, constituida mediante Escritura pública número 1.497 de octubre 31 de 1992, otorgada en la Notaría Cuarta de Cartagena de Indias, Distrito Turístico y Capital, autorizada para funcionar mediante la Resolución número 4.535 de noviembre 3 de 1992, expedida por la hoy Superintendencia Financiera de Colombia, actúa como vocera del patrimonio autónomo Fondo Nacional de Turismo–Fontur y en consecuencia, comprometiendo única y exclusivamente el patrimonio del citado fideicomiso.

► Decreto 2251 de 2012

Con fundamento en lo establecido por el artículo 2 de este decreto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, adelantó el proceso de licitación pública No. 03 de 2013, para seleccionar la entidad fiduciaria que administre el patrimonio autónomo Fondo Nacional de Turismo (Fontur). Cumplidos los requisitos legales, fue seleccionada la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A.-Fiducoldex, para que en calidad de vocera del patrimonio autónomo administre el Fondo Nacional de Turismo-Fontur, y en consecuencia suscribió el contrato de fiducia mercantil No. 137 el 28 de agosto de 2013.

► Ley 1558 de 2012

El artículo 21 de esta ley, modificó la Ley 1101 de 2006, al disponer que “los recursos señalados en los artículos 1 y 8 de la Ley 1101 de 2006, así como los asignados en el presupuesto nacional para la infraestructura turística, promoción y la competitividad turística, y el recaudo del impuesto al turismo, formarán parte de los recursos del Fondo de Promoción Turística que en adelante llevará el nombre de Fondo Nacional del Turismo – Fontur”, en adelante Fontur.

► Ley 1450 de 2011

El artículo 40 de esta ley, estableció el Fondo de Promoción Turística, como un instrumento para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo, el cual se ceñirá a los lineamientos de la política turística definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

► Decreto 505 de 1997

El artículo 12 del Decreto 505 de 1997 dispuso: “el Fondo de Promoción Turística creado por el artículo 42 de la Ley 300 de 1996 es una cuenta especial, con carácter de patrimonio autónomo, cuyos recursos serán destinados exclusivamente a la ejecución de los planes de promoción y mercadeo turístico y a fortalecer y mejorar la competitividad del sector turístico para incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico”.

► Ley 300 de 1996

Creó el Fondo de Promoción Turística cuyos recursos se destinarán a la ejecución de los planes y programas de promoción y mercadeo turístico y a fortalecer y mejorar la competitividad del sector, con el fin de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico.

¿Qué es la contribución parafiscal?

La contribución parafiscal para la promoción del turismo es un gravamen de carácter obligatorio, creado con el fin de fortalecer la promoción y la competitividad del turismo. La contribución únicamente afecta al sector económico vinculado con la actividad turística, expresamente señalado en el artículo 3 de la Ley 1101 de 2006 y los recursos obtenidos de dicha contribución, se invierten exclusivamente en beneficio del mismo sector.

Los recursos recaudados se destinan a la ejecución de proyectos de infraestructura, competitividad, promoción y mercadeo con el fin de incrementar el turismo interno y receptivo, de acuerdo con la política de turismo que establezca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



Aportantes de la contribución parafiscal con destino al turismo

De conformidad con el artículo 3 de la Ley 1101 de 2006 son aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo, los siguientes:

Los hoteles y centros vacacionales:

La base gravable son los ingresos operacionales, de los cuales están excluidos los ingresos correspondientes a las ventas realizadas por empresas turísticas de tiempo compartido.



Las agencias de viajes y turismo:

Si la remuneración principal consiste en una comisión o porcentaje de ventas estas constituirán su base gravable; si la agencia de viaje no percibe comisiones o porcentaje de ventas la base gravable se determinará de los ingresos operacionales que perciba.

Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones:

Considerados como personas naturales y jurídicas, legalmente constituidas, que se dediquen entre otras actividades, a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios, en sus etapas de gerenciamiento, planeación promoción y realización. La base gravable son los ingresos operacionales.



Bares y restaurantes turísticos:

Cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales vigentes: la base gravable son los ingresos operacionales.



Parques temáticos:

La base gravable son los ingresos operacionales.



Empresas de transporte de pasajeros:

Son consideradas aportantes las empresas de transporte de pasajeros cuyas ventas anuales sean superiores a 500 smlmv.



Su base gravable será el número de pasajeros transportados y su tarifa será de un dólar de los Estados Unidos o su equivalente en pesos colombianos, por cada uno de los pasajeros movilizados.

Las empresas de transporte de pasajeros terrestres, exceptuando el transporte urbano y el que opera dentro de áreas metropolitanas o ciudades de dormitorio.

La base gravable son los ingresos operacionales.

Centros de convenciones:

La base gravable son los ingresos operacionales.





Actividad 13

Entrevista a un turista extranjero en mi vereda.

“Para saber si estamos promocionando bien, escuchemos lo que piensa quien nos visita.”

Objetivo de la actividad

Simular una entrevista a un turista extranjero que visita la región, para identificar cómo se enteró del lugar, qué lo motivó a venir, qué servicios valora más, y qué ideas tiene para mejorar la promoción del destino rural.

Instrucciones:

1. En parejas o pequeños grupos, elige quién será el **turista internacional** y quién actuará como **periodista local o guía turístico**.
2. El “turista” puede ser de cualquier país (imaginario o real) y debe representar a alguien que viene por primera vez a conocer la región.
3. Utiliza el siguiente formato base de entrevista para guiar el diálogo. Puedes agregar nuevas preguntas si lo deseas.

Formato de entrevista simulada

- ▶ Nombre del turista (ficticio): _____
- ▶ País de origen: _____
- ▶ Lugar que visita en la región: _____

Pregunta 1:

¿Cómo te enteraste de este lugar turístico?

Respuesta: _____

Pregunta 2:

¿Qué fue lo que más te llamó la atención de este destino?

Respuesta: _____

Pregunta 3:

¿Qué medio de promoción recuerdas haber visto?

Ej.: redes sociales, afiche, emisora, feria, página web.

Respuesta: _____

Pregunta 4:

¿Cómo te ha parecido los servicios turísticos de la comunidad?

Respuesta: _____

Pregunta 5:

¿Qué mejorarías para que más personas como tú quieran visitar esta región?

Respuesta: _____

Actividad creativa (opcional): Después de la entrevista, el grupo puede **grabar un pequeño video simulado** o hacer una **lectura dramatizada** del diálogo en clase. También pueden dibujar o escribir cómo promocionarían ese lugar en el país de origen del turista.

¡Muy bien!

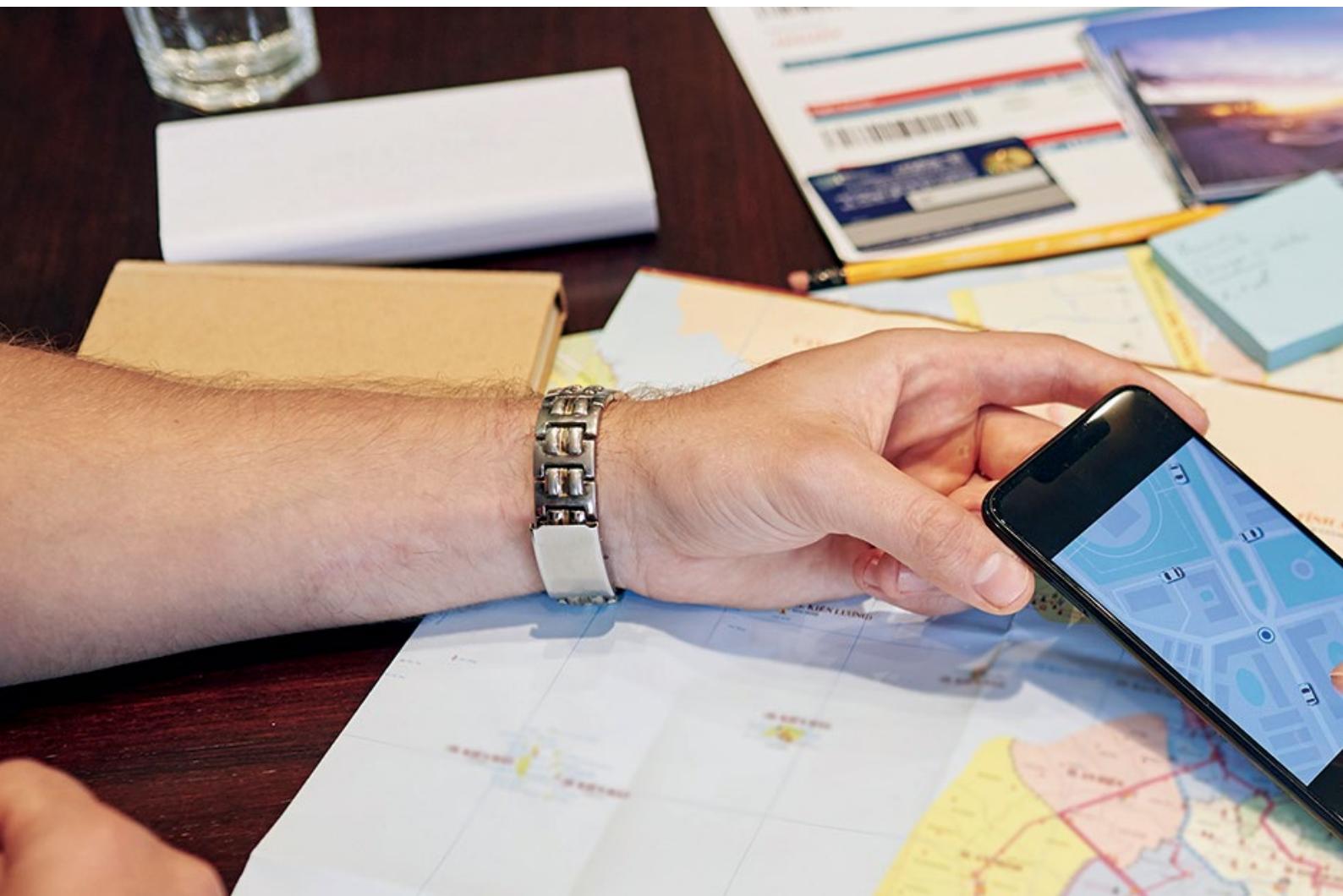
Ponerse en los zapatos del turista permite ver con otros ojos la importancia del marketing y la buena atención.

- Respuestas:
- 1. Posada turística rural
 - 2. Hotel urbano clasificado
 - 3. Hostal
 - 4. Turismo rural o agroturismo servicio
 - 5. Registro Nacional de Turismo (RNT)
 - 6. Calidad en la prestación del

- **All inclusive (Incluye todo):** viaje todo incluido. Forma de facturación hotelera en la que todos los gastos relacionados en el contrato se consideran incluidos en un precio cerrado de antemano.
- **Alojamiento extra-hotelero:** establecimientos turísticos que incluyen campamentos, apartamentos turísticos, casas rurales y otras modalidades reglamentarias destinadas a proporcionar habitación en zonas turísticas.
- **Alojamiento turístico:** empresas que se dedican de manera profesional y habitual a proporcionar hospedaje o residencia mediante precio a las personas que lo demandan. Incluye hoteles, hostales, apartamentos turísticos y otros establecimientos con servicios mínimos reglamentarios.
- **Amadeus:** principal Sistema de Distribución Global (GDS) que proporciona herramientas de distribución, marketing y ventas en línea a profesionales del turismo y viajes de todo el mundo.
- **Amenities:** pequeños artículos de aseo personal que se colocan en los cuartos de baño de los hoteles. Sinónimo(s): artículos de acogida, de bienvenida.
- **Área turística:** extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros que cuenta con una red de transportes que los intercomunica.
- **Atractivo turístico:** todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales poseen atributos convocantes y los complementarios apoyan la oferta turística.
- **Autoridad de turismo:** entidad o dependencia gubernamental, en el orden nacional, regional o local, competente para fijar la ejecución de la Política de turismo.
- **Buenas prácticas:** actividad o proceso que se realiza de una manera adecuada y en busca de un objetivo.
- **Calidad turística:** suma de tangibles e intangibles percibida por el cliente según sus necesidades, deseos y expectativas. El cliente define la calidad del servicio recibido.
- **CONPES 3397:** documento que proporciona los lineamientos para el sector turístico de cada región.
- **Cooperación:** ayuda mutua entre dos entidades o países para un bien común.
- **Corredores turísticos:** son vías de conexión que hay entre varios puntos en un sector turístico.
- **Decreto:** resolución o decisión que toman los gobiernos para modificar una ley.
- **Ética:** parte de la filosofía que estudia el bien y el mal relacionado con el comportamiento humano y con la moral.
- **Excursionista:** personas que no viven en el país y lo visitan durante el día sin quedarse a dormir, con propósitos como turismo, compras o negocios.



- **Fontur:** Fondo Nacional de Turismo, entidad encargada de recaudar, administrar y ejecutar recursos para la promoción y competitividad del turismo.
- **Industria turística:** conjunto de empresarios que participan en la planeación, organización, comercialización y distribución del producto turístico, incluyendo la inversión necesaria para su desarrollo.
- **Información turística:** acción pública o privada para transmitir conocimientos sobre atractivos turísticos, servicios, transporte y alojamiento. Se clasifica en promocional, de referencia e ilustrada.
- **Ley:** regla establecida por las entidades legislativas superiores para regular o controlar algo.
- **Marketing:** estudio de técnicas que tienen como objetivo final mejorar la comercialización de un producto.
- **Municipio:** ciudad delimitada por unas fronteras.
- **Norma sectorial:** legislación que regula un sector determinado.
- **Normatividad:** conjunto de leyes que nos ayudan a regir conductas y lineamientos de una institución o lineamiento.
- **NTS:** Norma Técnica del Sector.
- **Para-hotelaría:** alternativas de alojamiento utilizadas por turistas que no pagan impuestos de turismo, afectando los ingresos fiscales por informalidad.



- **Plan Nacional de Desarrollo (PND):** documento que indica hacia dónde va a dirigirse el país en el gobierno.
- **Plan Sectorial de Desarrollo:** instrumento utilizado por los entes gubernamentales para poder direccionar un departamento.
- **Policía de turismo:** grupo encargado de velar por la protección de los turistas y bienes de interés cultural de un destino.
- **Promoción turística:** son las actividades que se usan para dar a conocer un producto y aumentar el índice de ventas.
- **Servicios turísticos:** conjunto de intangibles que se ofrecen para brindar comodidad y satisfacción a quien haga uso de ellos.
- **Turismo:** conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual con fines de ocio, cultura, salud, eventos o negocios.
- **Turista:** persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, se queda por lo menos una noche y cuyo motivo principal es ocio, descanso o actividades no laborales.
- **USNA:** Unidad Sectorial de Normalización.





R

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LEGISLACIÓN TURÍSTICA

- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125>
- Decreto 2785 de 2006. *Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y se dictan otras disposiciones*. (2006, 17 de agosto). Diario Oficial N.º 46.363.
<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1490436>
- Departamento Nacional de Planeación. (2005). *Documento CONPES 3397: Política sectorial de turismo*.
- Ley 300 de 1996. *Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*. (1996, 26 de julio). Diario Oficial N.º 42.845.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>
- Ley 1558 de 2012. *Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones*. (2012, 10 de julio). Diario Oficial N.º 48.487.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Calidad turística*.
<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Normatividad turismo*.
<https://www.mincit.gov.co/minturismo/normatividad-turismo>
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Código Ético Mundial para el Turismo*. OMT.
<https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>







CampeSENA
¡Una Esperanza De Vida!

BITÁCORA DE ACTIVIDADES

LEGISLACIÓN TURÍSTICA



1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Denominación del programa de formación:

Legislación turística.

Competencia:

Técnica:

Recomendar los ajustes a los procedimientos teniendo en cuenta la normatividad vigente y las políticas organizacionales.

Resultados de aprendizaje a alcanzar:

Técnicas:

- ▶ Identificar la importancia de la normatividad vigente relacionada a procesos de regulación y legalización existentes en el país para los prestadores de servicios turísticos.
- ▶ Orientar desde su campo de acción sobre los beneficios de la utilización de prestadores turísticos legalmente constituidos.
- ▶ Seleccionar la documentación requerida para el desarrollo de la actividad teniendo en cuenta el tipo de prestador y su estructura empresarial bajo la normatividad turística.
- ▶ Proyectar las herramientas, normas y estrategias que permitan al prestador de servicios turísticos, legalmente constituido, su actualización permanente y cumplimiento de las normas vigentes.





2. PRESENTACIÓN



Estimado aprendiz, el SENA le extiende una cordial bienvenida al estudio de esta guía de aprendizaje. Tras revisar la cartilla impresa y/o digital y escuchar los pódcast y/o el programa radial, lo invitamos a desarrollar las actividades de afianzamiento y las actividades de la bitácora, donde podrá aplicar lo aprendido en su programa de formación.

Para completar las actividades de esta guía, contará con el acompañamiento continuo del instructor asignado, quien le proporcionará las pautas necesarias y las herramientas conceptuales y metodológicas esenciales para el logro de los objetivos de aprendizaje.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE



En este apartado se describen las actividades de aprendizaje incluidas en la bitácora del programa **"Legislación turística"**. En la primera sección de la bitácora, le invitamos a completar sus datos personales, los cuales son importantes para la entrega de las evidencias al docente facilitador. Deberá realizar cada una de las actividades propuestas y recortar el apartado **bitácora de actividades** y entregarla a su instructor.

3.1 Actividad de aprendizaje tabla comparativa: "Detectives de la legalidad turística"

Esta experiencia investigativa permite analizar el cumplimiento normativo de tres prestadores de servicios turísticos de su región mediante una tabla comparativa estructurada. Durante la actividad se evaluarán aspectos como el Registro Nacional de Turismo (RNT), normas de higiene y seguridad, y calidad de información al turista, complementando con preguntas reflexivas sobre las consecuencias de operar sin legalización. El desarrollo de esta actividad fortalece las competencias de brindar información técnica sobre la normatividad del sector y comprender la importancia de la formalización turística para garantizar servicios de calidad y protección tanto a prestadores como a visitantes.

3.2 Actividad de aprendizaje video: "Los beneficios del turismo legal en mi vereda"

El aprendiz debe grabar un video de máximo 5 minutos mostrando un ejemplo real o simulado de un prestador turístico legal de su comunidad. En el video se debe presentar qué servicio ofrece, qué normas cumple (como tener el RNT, normas de higiene, seguridad), y explicar cómo beneficia esto tanto a los turistas como a la comunidad. Puede incluir entrevistas, imágenes del lugar o narración con carteles. Es una forma de enseñar a otros por qué el turismo legal ayuda a todos.

3.3 Actividad de aprendizaje historieta: "Los trámites del turista legal"

A partir de una historieta llamada "Los trámites del turista legal", los aprendices deben continuar la historia desde la viñeta 7 hasta la 12. Allí deben incluir qué documentos se necesitan para formalizar un servicio turístico: RNT, matrícula mercantil, permisos sanitarios, entre otros. Pueden hacerlo dibujando, con recortes o en medios digitales. Es una forma divertida y visual de demostrar que comprenden los trámites necesarios para legalizar un negocio turístico.

3.4 Actividad de aprendizaje caso de uso: "La posada de doña María"

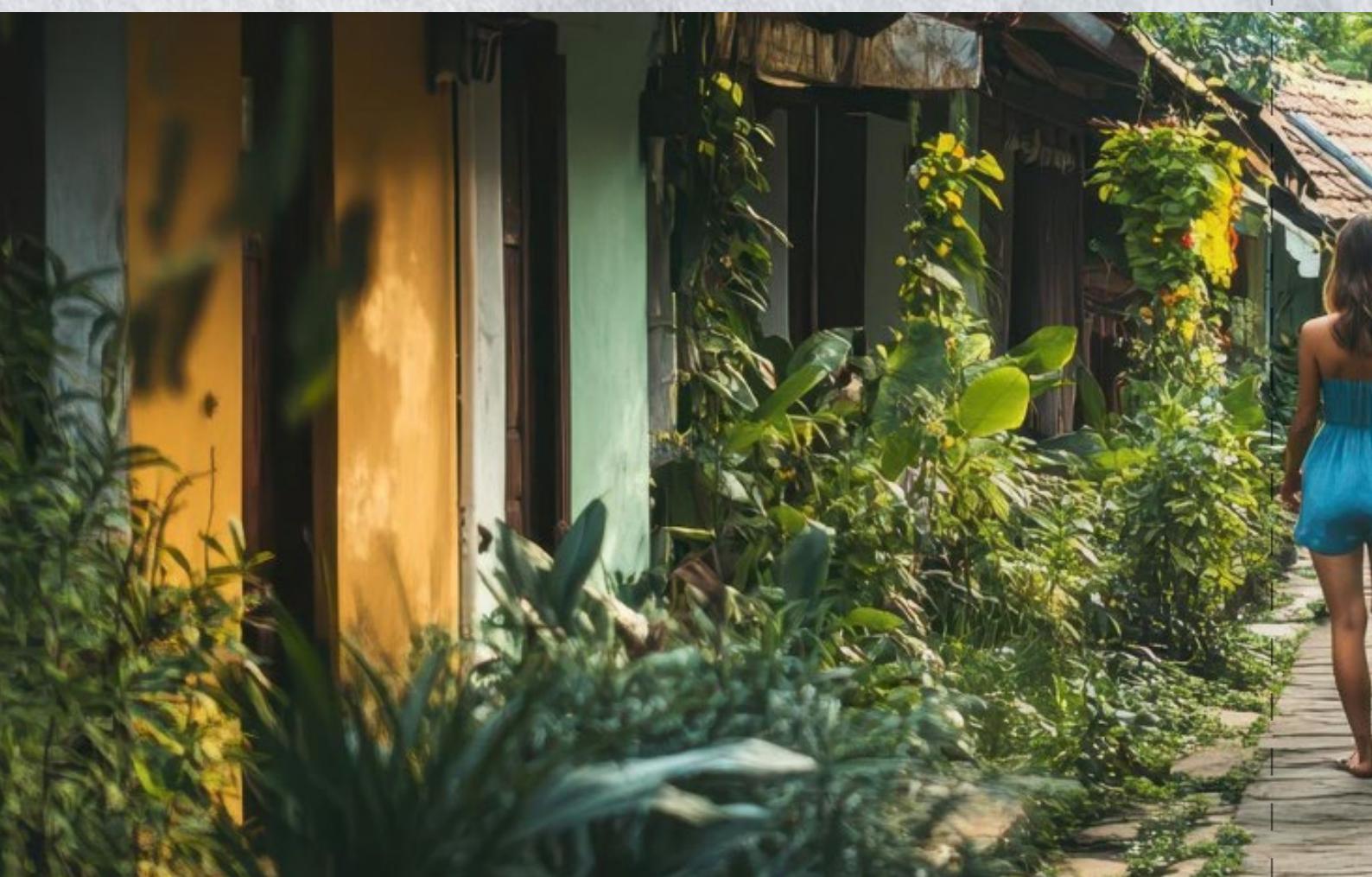
A través del caso de uso "La posada de doña María", los aprendices deben ayudar a una familia campesina a organizar la información necesaria para mejorar su negocio turístico. Deberán responder preguntas como: ¿Qué es Fontur? ¿Qué es la contribución parafiscal? ¿Por qué deben registrarse en el RNT? y ¿Qué plan de acción deben seguir para mantenerse actualizados y legales? Se debe llenar un esquema en la bitácora y responder preguntas de reflexión. Es una forma de aplicar lo aprendido a un caso real y cercano.



4. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE AFIANZAMIENTO

Al finalizar cada tema, en la cartilla digital o impresa, se encontrará una actividad de afianzamiento diseñada para aplicar y consolidar los conocimientos adquiridos en el programa **"Legislación Turística"**. Estas actividades no son calificables, pero permiten evaluar la comprensión sobre los fundamentos legales necesarios para el funcionamiento responsable de los prestadores de servicios turísticos en Colombia. Su desarrollo contribuirá a mejorar las competencias en el manejo de la normativa turística, la aplicación de leyes sectoriales y la implementación de buenas prácticas para la formalización de emprendimientos. Al final de cada actividad, se podrán verificar las respuestas y reforzar aquellos conceptos que requieran mayor atención para optimizar el desempeño en el cumplimiento de la legislación vigente.







ACTIVIDADES

A continuación, lo invitamos a aplicar lo aprendido en el programa de formación. Primero, te invitamos a completar los siguientes datos, los cuales son importantes en el momento de la entrega de las actividades a tu instructor:

Nombres y apellidos: _____

Cédula: _____

Celular: _____

Correo electrónico: _____

Municipio: _____

Luego realiza cada una de las actividades y en las que lo requieran, recorta la hoja correspondiente para entregarla a tu instructor.



1. TABLA COMPARATIVA: DETECTIVES DE LA LEGALIDAD TURÍSTICA

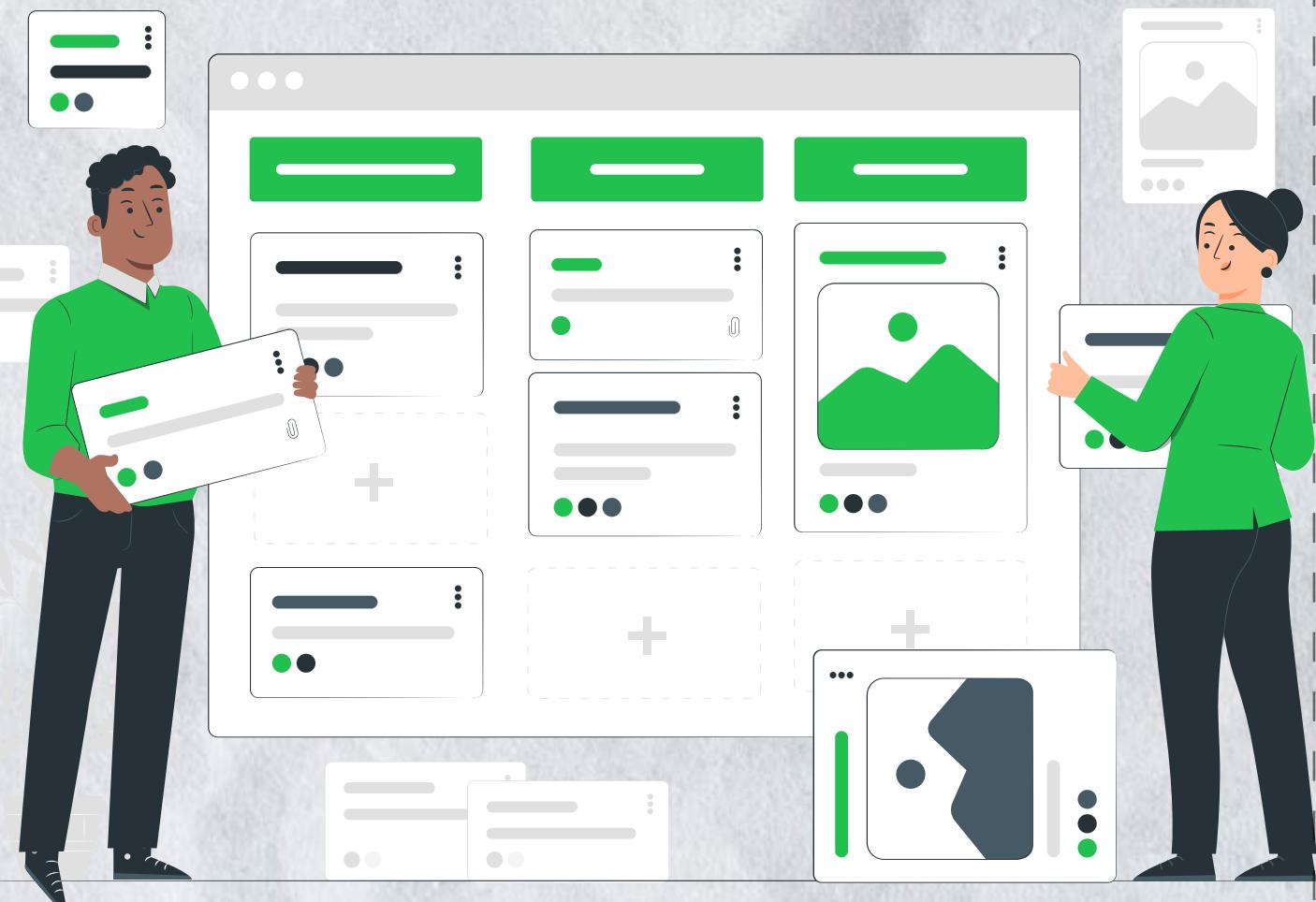
Luego de explorar el componente formativo “Reglamentación turística en Colombia” y de escuchar el pódcast desde la aplicación móvil instalada en el celular, se debe estar listo para participar como un “Detective de la legalidad turística”.

En esta actividad se compararán diferentes tipos de prestadores de servicios turísticos identificados en la región (como restaurantes típicos, posadas rurales, guías turísticos, transportadores, entre otros), y se analizará si se encuentran legalizados y por qué esto resulta importante.

Se aplicarán habilidades de observación, memoria y los contenidos trabajados en la cartilla para completar una tabla comparativa con indicadores clave.

¿Qué se debe hacer?

Se identificarán tres prestadores de servicios turísticos del entorno (reales o ficticios) y se completará una tabla comparativa para reconocer si están o no legalizados, así como las consecuencias de no cumplir con la normatividad vigente.





Pasos para ser un detective de la legalidad

1. Seleccionar tres casos turísticos

A continuación, se presentan algunos ejemplos, aunque se pueden considerar otros similares:

- ▶ Un restaurante típico de su vereda.
- ▶ Una chiva turística que hace recorridos.
- ▶ Una posada rural o finca que recibe visitantes.
- ▶ Un guía turístico comunitario.
- ▶ Una agencia de viajes cercana.

Registrar en la tabla el nombre, el lugar o una breve descripción de cada caso.

2. Recolección de pistas

Para cada caso seleccionado, responder lo siguiente:

- ▶ ¿Está registrado en el Registro Nacional de Turismo (RNT)?
- ▶ ¿Cumple con normas básicas de higiene, seguridad y servicio?
- ▶ ¿Cuenta con letreros, licencias o certificaciones visibles?
- ▶ ¿Brinda información clara a las personas turistas?
- ▶ ¿Qué podría ocurrir si el establecimiento no está legalizado?

3. Diligenciar la tabla comparativa

Prestador de servicio	¿Tiene RNT?	Normas visibles (sí/no)	¿Informa bien a turistas?	Riesgo por no estar legalizado	Observaciones
Posada Don Luis	Sí	Sí	Parcialmente	Baja credibilidad	Es conocida pero no tiene página web.
Restaurante "El Sazón de Doña Nidia"	No	No	Sí (usa carteles rústicos informativos)	Multas por no cumplir normatividad, no puede acceder a beneficios del sector.	Tiene buena reputación local. Utiliza carteles artesanales con precios y horarios, pero no tiene RNT ni señalización oficial.

4. Reflexión final

Responda con sus propias palabras:

- ▶ ¿Por qué es importante que un negocio turístico esté legalizado?
- ▶ ¿Qué consecuencias puede tener prestar servicios turísticos sin RNT?
- ▶ ¿Qué se le podría recomendar a un vecino que desea abrir un restaurante para turistas, etc.

5. Comparta su investigación

Estructura el estudio de caso en cuatro partes:

- ▶ Tomar una fotografía de la tabla diligenciada y presentarla al instructor para su revisión.
- ▶ En caso de trabajar en grupo, se puede socializar el análisis como detective rural frente a los demás compañeros del entorno formativo.

2. VIDEO: LOS BENEFICIOS DEL TURISMO LEGAL EN MI VEREDA

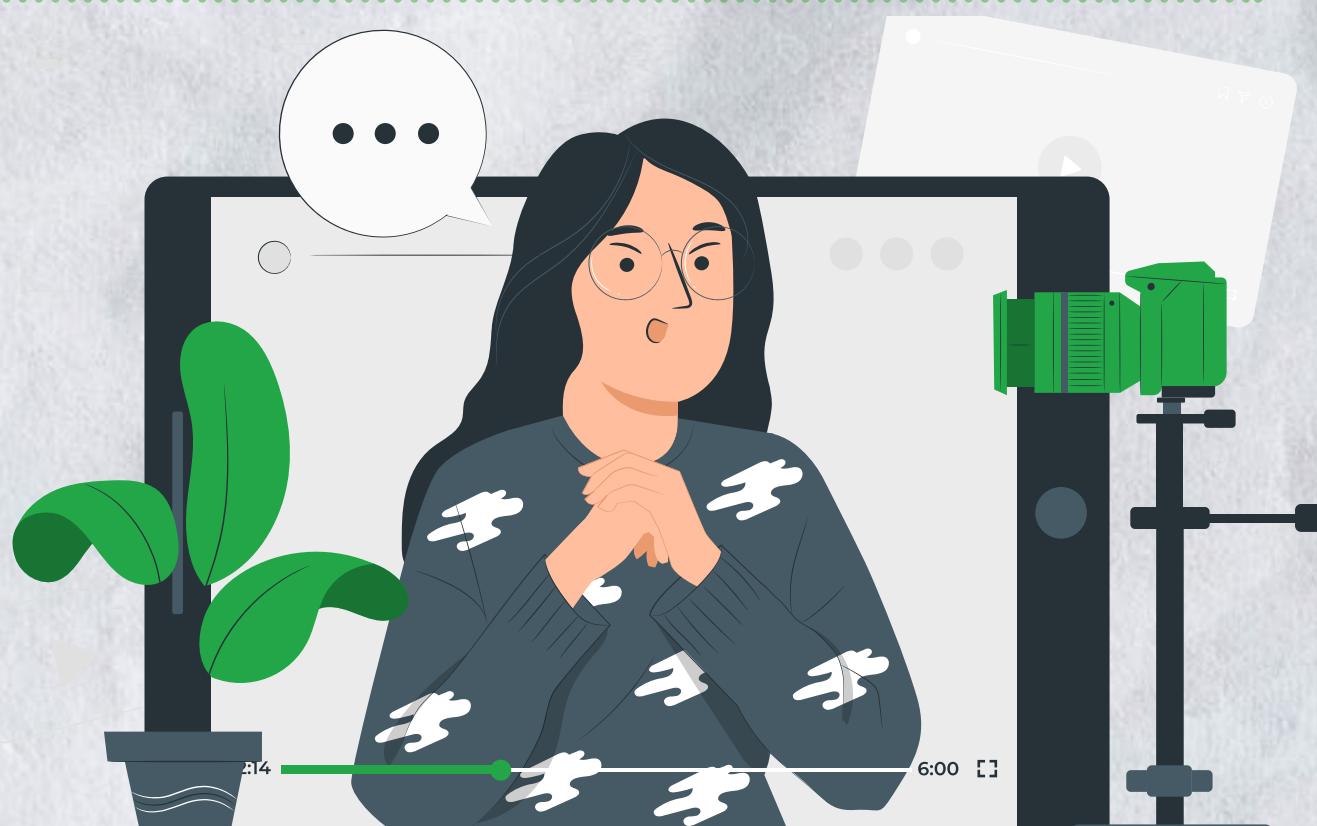
¡Es momento de dar a conocer los beneficios que trae el turismo legal a las comunidades rurales! Cuando se acude a prestadores turísticos legalmente constituidos, se accede a servicios confiables, seguros y con respaldo normativo. Esto no solo protege a las personas turistas, sino que también fortalece la economía local, genera empleo y fomenta el respeto por la identidad y los recursos del territorio.

A través de esta actividad se propone la creación de un video corto, en el que se oriente a otras personas de la comunidad sobre por qué es importante utilizar servicios turísticos legalmente constituidos y cómo esto aporta al bienestar colectivo.

¿Qué se va a hacer?

Se debe crear un **video de máximo 5 minutos**, donde se evidencien los **beneficios de utilizar prestadores turísticos legalmente constituidos**, como agencias de viajes, restaurantes, alojamientos, guías o transportadores. El video debe mostrar:

- ▶ El tipo de servicio turístico que se ofrece.
- ▶ Cómo se identifica que cumple con la normatividad (ejemplo: RNT, higiene, atención).
- ▶ Qué beneficios trae para el turista.
- ▶ Qué beneficios genera para la comunidad.
- ▶ Una conclusión o invitación final clara.





Pasos para la grabación del video

Paso 1: Preparación

- ▶ Elegir un prestador turístico real o simulado.
- ▶ Reunir elementos de apoyo visual (carteles, fotos, testimonios).
- ▶ Escribir un pequeño guion que responda a las siguientes preguntas:
 - ¿Qué servicio turístico se ofrece?
 - ¿Qué normas cumple?
 - ¿Qué beneficios aporta?

Paso 2: Grabación del video

(estructura sugerida)

- ▶ Presentación inicial (30 segundos)
Nombre del lugar o tipo de servicio y objetivo del video.
- ▶ Beneficios para los turistas (1 minuto)
Seguridad, confianza, calidad del servicio.
- ▶ Beneficios para la comunidad (1 minuto)
Empleo, visibilidad de la cultura, formalización.
- ▶ Mención de normas aplicables (1 minuto)
Registro Nacional de Turismo (RNT), higiene, señalización, respeto por la cultura.
- ▶ Cierre e invitación (1 minuto)
Conclusión motivadora: “El turismo legal ayuda a todos”, o “Apoyar lo legal protege nuestra región”.

Consejos importantes

- ▶ Usar celular en horizontal y verificar buena iluminación.
- ▶ Grabar en un lugar tranquilo.
- ▶ Se puede dramatizar, narrar o usar imágenes con voz en off.
- ▶ Si no se desea aparecer, se puede hablar detrás de cámara mostrando el entorno.

Paso 3: Entrega del video

- ▶ Asegurarse de que el audio e imagen sean claros.
- ▶ Duración máxima: **5 minutos**.
- ▶ Entregar por WhatsApp, o plataforma, según lo indique el instructor.

Reflexión (opcional)

- ▶ ¿Qué se aprendió al grabar el video?
- ▶ ¿Por qué se deben preferir servicios turísticos legales?
- ▶ ¿Qué podría cambiar si más turistas usan prestadores legalmente constituidos?

3. HISTORIETA: LOS TRÁMITES DEL TURISTA LEGAL

¡Bienvenido al reto final de esta aventura turística!

Luego de haber explorado el componente formativo “**Conformación del sector turístico en Colombia**” y escuchado los episodios de pócast relacionados, se han adquirido conocimientos valiosos sobre entidades, documentación y normativas necesarias para legalizar un servicio turístico en Colombia.

Ahora, es momento de **aplicar lo aprendido** y dejar volar la **creatividad**.

Se ha diseñado una historieta inicial titulada “**Los Trámites del Turista Legal**”, con los primeros cuadros ya narrados e ilustrados. A partir de la viñeta 7, encontrará **espacios en blanco** que deberá completar con ideas propias, ilustraciones y descripciones, dando continuidad a la historia.

Esta actividad permite demostrar cómo se aplican los conocimientos en un **caso real contextualizado al entorno rural colombiano**, de forma lúdica, visual y significativa.

Instrucciones para el desarrollo de la historieta

- ▶ **Lea las viñetas 1 a 6** de la historieta presentada.
- ▶ **Complete los cuadros del 7 al 12** con texto e ilustración.
- ▶ Incluya ejemplos reales de documentación legal como el **RNT, matrícula mercantil, licencia sanitaria**, etc.
- ▶ Puede ilustrar con lápiz, colores, recortes o medios digitales.
- ▶ **Recorte la historieta o preséntela en la Bitácora de actividades**, según las instrucciones del instructor. Lea las viñetas 1 a 6 de la historieta presentada.

1 El sueño de doña Mariela

En su finca El Encanto, doña Mariela le cuenta a Julián que quiere recibir turistas. Quiero enseñarles a vivir la vida del campo, pero legal, como debe ser.



2 ¿Por dónde empezar?



Julián le sugiere ir a la alcaldía para preguntar. Allí les explican que necesitan varios documentos.

4 Apoyo en el camino

En el SENA local, una funcionaria les muestra cómo pueden recibir asesoría para formalizar su emprendimiento turístico.



5 Tramitando con esfuerzo



Con ayuda de su sobrino, doña Mariela diligencia formularios, saca su RNT y afilia su negocio a la cámara de comercio.

3 ¿Qué documentos?

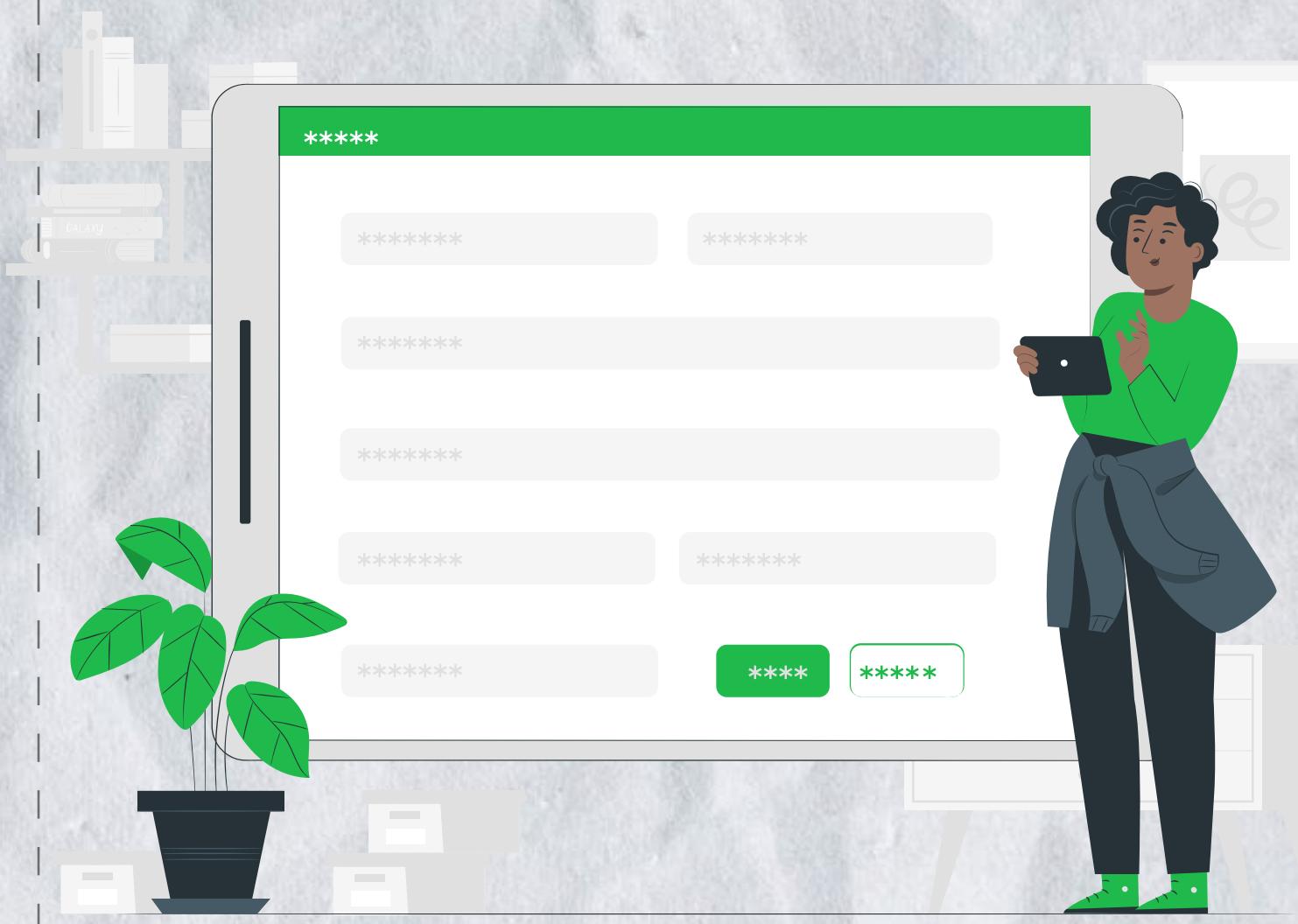
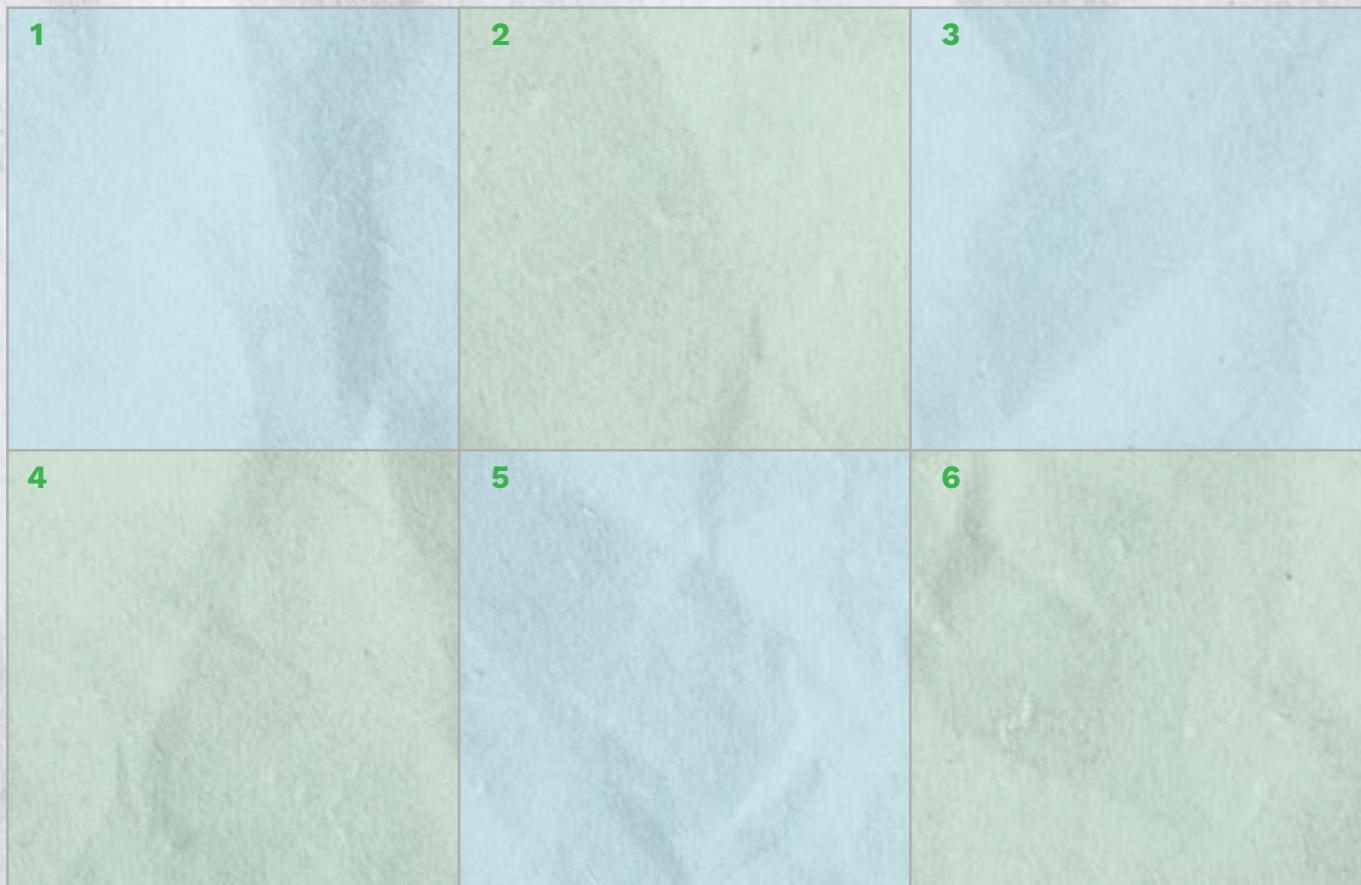
Para registrar su servicio necesita el RNT, la matrícula mercantil, la cámara de comercio y los permisos sanitarios, explica el funcionario.



6 El día del registro

¡Lo logramos! Ahora sí puedo ofrecer hospedaje con todos los papeles al día, dice doña Mariela emocionada.





2. CASO DE USO: LA POSADA DE DOÑA MARÍA

Doña María González vive en una vereda de Santander donde su familia cultiva café y tiene una finca con paisajes hermosos. Hace dos años comenzó a recibir turistas informalmente, pero ahora quiere formalizar su posada rural "El paraíso verde" y cumplir con todas las normas turísticas.

Su hijo Carlos descubrió que existen herramientas como **Fontur**, la **contribución parafiscal** y programas de **marketing turístico**, pero necesitan organizar un plan claro para mantenerse actualizados y hacer crecer el negocio formalmente.

• Instrucciones:

Usted es el consultor que ayudará a la familia González.

Complete el siguiente esquema para organizar las herramientas de actualización turística.

Materiales necesarios:

- ▶ Componente formativo de legislación turística.
- ▶ Lápiz o lapicero.
- ▶ Bitácora de actividades.

Posada "El paraíso verde"

Promoción y marketing Financiamiento y recursos Normatividad RNT





1. Indicadores para completar

Complete cada sección usando la información de su tema correspondiente a “Legislación y normatividad turística”.

- ▶ **FONTUR:** busque en el texto sobre *marketing* y promoción turística.
- ▶ **Contribución parafiscal:** revise el último tema del componente.
- ▶ **RNT:** consulte sobre el Registro Nacional de Turismo.
- ▶ **Normas técnicas:** identifique las normas sectoriales mencionadas.

3. Entrega de la actividad

Modalidad: Presencial

- ▶ Presente su bitácora completa al instructor durante la clase.
- ▶ Explique el caso resuelto y sus recomendaciones a la familia González.
- ▶ Participe en la socialización grupal de soluciones.

2. Preguntas para reflexión

¿Cómo puede la implementación de estas herramientas transformar el emprendimiento de la familia González y qué beneficios traería para el turismo rural de su región?

¿Cuál considera que debe ser el plan de acción prioritario para los próximos 6 meses si usted fuera Carlos González, y por qué?

Respuesta:

¡EXCELENTE TRABAJO!

Con esta actividad, usted está contribuyendo al desarrollo del turismo rural sostenible en Colombia. Las herramientas identificadas ayudarán a muchas familias campesinas a formalizar sus emprendimientos turísticos.

En el siguiente cuaderno de notas, encontrarás unas páginas en blanco, las cuales puedes utilizar para escribir los aspectos o datos que consideres más importantes mientras estudias cada uno de los temas.

Bitácora de actividades





Este programa fortalece las competencias en legislación turística colombiana, enseñando los fundamentos legales y normativos que rigen la actividad turística en nuestro país, mejorando así las oportunidades de emprendimiento rural y conservando las tradiciones culturales de nuestras regiones.

1

REGLAMENTACIÓN TURÍSTICA EN COLOMBIA

Estudiaremos las normas básicas que rigen el turismo, la importancia de la industria turística, los incentivos tributarios disponibles, y los derechos y deberes tanto de turistas como de prestadores de servicios.

2

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Conoceremos los diferentes tipos de empresas turísticas, desde alojamientos rurales hasta restaurantes típicos, agencias de viajes y establecimientos gastronómicos, identificando las oportunidades para cada región.

3

CONFORMACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA

Aprenderemos sobre las entidades territoriales, el Departamento Nacional de Planeación, y las instituciones que apoyan el desarrollo de planes turísticos, entendiendo cómo acceder a estos apoyos.

4

LEGISLACIÓN Y NORMATIVIDAD TURÍSTICA

Profundizaremos en cooperación internacional, marketing y promoción turística, y las contribuciones parafiscales que financian la promoción del turismo colombiano.

