



RUTA  
LIBERTADORA

---

# GLOSARIO

## RUTA LIBERTADORA

---

Una publicación de  
**MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO**

Diana Marcela Morales Rojas  
**Ministra**

John Alexander Ramos Calderón  
**Viceministro de Turismo (E)**

John Alexander Ramos Calderón  
**Director de Calidad y Desarrollo  
Sostenible**

**FONDO NACIONAL DE TURISMO-  
FONTUR**

Marcela Rocío Márquez Arenas  
**Secretaria General**

Katherine Castellanos Riaño  
**Directora de Competitividad**

**COMITÉ EDITORIAL**

Angela María Martínez Bernal  
Germán Caicedo Piedrahita  
Jenny Alarcón Ramírez  
Jaddy Carolina Romero  
Natalia Riaño Dávila  
Andrés Barragán Montaña

**PRODUCCIÓN EDITORIAL**

**Puntoaparte**  
Editores  
[www.puntoaparte.com.co](http://www.puntoaparte.com.co)

**Director Editorial**  
Andrés Barragán Montaña

**Directores de Arte**  
Nicolas Carvajal  
Jeisson Reyes Garavito  
Jerson Siabatto Moreno

**Director de Ilustración**  
Guillermo Torres Carreño

**Diseño y diagramación**  
Jeisson Reyes Garavito  
Jerson Siabatto Moreno

**Ilustración**  
Sebastián Calderón Ibarra  
Alejandra Contreras Montoya  
Guillermo Torres Carreño  
Steven Pinzón Rodríguez

**Corrección de estilo**  
Juan Mikán

**Directora de Investigación**  
Gloria Mercedes Vargas Tisnés

**Investigación y textos**  
Gloria Mercedes Vargas Tisnés  
Mauricio Castiblanco Cristancho  
Zora Katich Bayona  
Carlos Armando Rosero Rodríguez  
Jon Kohl

**Colaboradores**  
Ana Milena Sánchez  
Diana Lizeth Toro Contreras  
Jeniffer Katerine González Solorza  
Leonardo Alberto Ramírez Rubio  
Nelson Humberto Gutiérrez Rodríguez  
Pilar Lemus Espinosa

**CONSULTORÍA Y REALIZACIÓN**

**Organización para la Educación y  
Protección Ambiental - OpEPA**

**Director**  
Luis Alberto Camargo

**Directores de proyecto**  
Luis Fernando Castro Zuluaga  
Carlos Armando Rosero Rodríguez



# GLOSARIO

## RUTA LIBERTADORA

# GLOSARIO

## A

**Actividad:** Las actividades son todas aquellas acciones, experiencias y eventos que los turistas realizan durante su viaje. Estas pueden incluir una amplia gama de opciones, como visitas guiadas a sitios de interés, actividades recreativas al aire libre, experiencias culturales, gastronomía, talleres y eventos locales, que permiten a los visitantes interactuar con el destino y obtener un mayor entendimiento de su cultura y atractivos. (Fernández, 2018).

**Actividad sensorial:** Involucra uno varios de los sentidos del participante para generar la experiencia. Ejemplo “Mapa de sonidos - Puente Villapinzón”.

**Actividad demostrativa:** Emplean elementos del lugar (paisaje, edificación, monumento, representación actuada, etc.) para generar la experiencia, ejemplo “Póker del lancero, monumento a Inocencio Chincá - Tame”.

**Actividad de reto:** Propone una acción o pregunta (s) al participante para superar una meta de acción y sucede un resultado o conclusión por parte del participante. Ejemplo “Tres voces, una verdad”.

**Actividad de presentación:** En el lugar o el guía cuenta con ilustraciones gráficas como mapas, dioramas, maquetas, dibujos, etc. Ejemplo maqueto en el mirador de Villa Luna - Tame.

**Actividad de descubrimiento guiado:** Mediante elementos didácticos o gráficos el participante construye su propia interpretación acompañado por el guía. Ejemplo “Tres años, tres momentos: 1781, 1810 y 1819 - Comuneros, 1ra República, Independencia”.

**Actividad de Inicio o cierre:** Pregunta(s), frase o acción de apertura o cierre, que plantea el “golpe” o da resolución al golpe “contragolpe”. Puede entenderse el “golpe” como la idea o concepto que engancha a la audiencia. Ejemplo, ¿Fue Bolívar un dictador?, ¿cuál es el origen de la figura de dictador?

**Actores:** Los actores son todas las personas, organizaciones e instituciones que intervienen directa o indirectamente en el proceso turístico, incluyendo a turistas, proveedores de servicios, empresas de turismo, autoridades gubernamentales y comunidades locales. (Colmenares, 2020).

**Atractivos Turísticos:** Son los lugares, eventos, actividades y experiencias que atraen a los turistas, y pueden incluir elementos naturales, culturales, históricos, recreativos y de esparcimiento. (Gutiérrez, 2018).

**Autenticidad:** Constructo (o construcción teórica) que varía de acuerdo con la experiencia de cada persona y con su forma de ver el mundo, por eso, puede tratarse de una apreciación muy objetiva para algunos (por ejemplo, la autenticidad de una obra de arte o construcción); y muy subjetiva, para otros (relacionada con aspectos más existenciales). Existen cinco de la autenticidad. (Mayorga & Kohl, 2021).

## C

**Circuito turístico:** Un circuito turístico es un itinerario predefinido que incluye una serie de lugares de interés, actividades y servicios que los turistas pueden visitar y realizar durante un periodo de tiempo determinado. Estos circuitos pueden ser autoguiados o pueden incluir guías, y están diseñados para maximizar la experiencia del viajero al agrupar atracciones que están geográficamente cercanas o que comparten un tema común. (Valle, 2016).

## E

**Elemento Diferenciador:** Es una característica única que distingue la experiencia turística de otras, ya sea a través de su cultura, historia, paisaje, actividades o servicios, que les otorgan un valor especial a los turistas. (López, 2019).

**Esencia:** Calidad que tiene ciertos espacios de lograr que en ellos nos sintamos bien, que siempre deseemos volver y siempre estén presentes en nuestros mejores recuerdos. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Experiencia:** Estímulos o eventos que pueden hacernos sentir, reflexionar o actuar de cierta manera cuando recordamos y evaluamos lo vivido. Si esta reacción es relevante y significativa para nuestra vida, dejará una impresión o recuerdo que perdurará en el tiempo, ya sea bueno o malo, el cual usaremos para evaluar futuras situaciones. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Experiencia Turística:** Se refiere al conjunto de sensaciones, emociones y aprendizajes que vive un turista durante su interacción con un destino, incluyen-

do la participación en actividades y la relación con las personas y el entorno. (Pine & Gilmore, 2011).

## G

**Guianza:** Para efectos de este texto, se utilizará la palabra para describir la acción de guiar y diferenciarla del sustantivo «guía» con el que se nombra a las personas que realizan dicha acción. Aunque no es una palabra aceptada formalmente por la Real Academia de la Lengua Española, se ha popularizado en la última década en el ámbito turístico latinoamericano. También guiado. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Guion interpretativo:** Guía cuya estructura es similar a la de una historia, la cual se ajusta al número de estaciones (capítulos o escenas) del recorrido. . (Mayorga & Kohl, 2021).

## H

**Hito histórico:** En el ámbito turístico, un hito histórico se refiere a un evento significativo del pasado que ha tenido un impacto duradero en la cultura, sociedad o economía de un lugar y que, como resultado, atrae a turistas. Estos pueden

incluir monumentos, sitios arqueológicos, museos o conmemoraciones de eventos históricos que permiten a los visitantes conocer y reflexionar sobre la historia de un destino. (García, 2015).

## I

**Intérprete:** Profesional que utiliza la comunicación estratégica. Desarrolla un tema, elige algunas historias para ilustrarlo y aplica diversas técnicas

para contarlas a su audiencia de forma inspiradora, de manera que los ayude a vivir una experiencia amena que puedan

recordar, al mismo tiempo que apoya el desarrollo del sitio, de las comunidades aledañas y su propio crecimiento personal y profesional. El intérprete crea oportunidades para que el visitante viva la esencia de un lugar; además, facilita que el visitante interactúe con los procesos que crearon el sitio. Visto de otra manera, el mejor intérprete ejerce su influencia tras bastidores, de la misma manera que el director de una obra de teatro. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Interpretación:** Disciplina utilizada en la gestión del patrimonio natural y cultural, por medio de la cual se sigue un proceso de comunicación intencional para enriquecer la experiencia de las personas, de manera que estas profundicen su aprecio por la condición humana y el universo. La interpretación debe ser una estrategia que permea a los sitios, al patrimonio, a los guías, a la infraestructura y al producto turístico. De esta manera, enriquece la experiencia del visitante y mejora el manejo del sitio. (Mayorga & Kohl, 2021).

## M

**Marco interpretativo:** Modelo que combina temas interpretativos, procesos y fuerzas universales, elementos de patrimonio y la esencia del sitio. Se usa como elemento principal para la planificación interpretativa. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Mercados Objetivos:** Son los segmentos específicos de consumidores a los cuales se dirigen los productos y servicios turísticos, definidos por factores demográficos, psicográficos y conductuales. (Kotler & Keller, 2016).

**Modelo de Operación:** El modelo de operación se refiere a la forma en que se organizan y gestionan las actividades

turísticas, incluyendo la estructura, procesos, recursos humanos, y sistemas que se utilizan para ofrecer servicios turísticos. (Buhalis, 2000).

## N

**Narrativa:** La narrativa es un género literario que agrupa a aquellos textos que relatan una secuencia de acciones o eventos. Los textos de la narrativa se caracterizan por estar contados por un narrador y por incluir uno o más personajes que llevan a cabo acciones en un espacio y tiempo determinados. (Giani, 2024).

## O

**Oferta de Valor:** Es el conjunto de beneficios y garantías que la agencia u operador turístico promete a sus clientes para satisfacer sus necesidades y deseos, superando las expectativas del mercado. (McDonald & Dunbar, 2012).

## P

**Pasadía:** El pasadía se refiere a una visita o excursión de un día a un lugar específico, donde los turistas o visitantes participan en diversas actividades recreativas, culturales o educativas. Normalmente, un pasadía incluye transporte, comida y acceso a las atracciones del lugar, permitiendo a los participantes disfrutar de una experiencia completa en un solo día. Es una opción popular para quienes desean escapar de la rutina diaria sin la necesidad de hacer un viaje prolongado. (López, 2019).

Patrimonio. Recursos que forman parte de la herencia de un lugar. El patrimonio puede estar constituido por rasgos culturales, naturales o una combinación. Según la Unesco (2008), es «el lega-

do que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a las futuras generaciones» (p. 5). El patrimonio consiste en cuatro componentes: atractivos, rasgos sobresalientes, expresiones intangibles e historias. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Perfil de Visitante:** Es el conjunto de características y preferencias que definen a un turista, incluyendo aspectos demográficos, comportamentales y motivacionales que ayudan a entender sus decisiones de viaje. (Ritchie & Crouch, 2003).

### Procesos (y fuerzas) universales:

Cualquier sitio u objeto de patrimonio que se encuentra en un proceso continuo de cambio, impulsado por fuerzas a veces invisibles y lentes (cosmológicas, geológicas, biológicas, antropológicas, sociológicas); y otras veces, marcadas por eventos dramáticos y visibles (terremotos, erupciones, tsunamis, huracanes, guerras, protestas masivas, pactos de paz, juegos olímpicos, entre otros). Tales acaecimientos resultan de procesos universales (naturales o sociales), pues se desarrollan en el mundo o el universo. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Producto interpretativo:** Producto diseñado para cualquier tipo de visitante, ya sea turista, estudiante o residente local. Tiene que contener, además, un componente interpretativo significativo (por ejemplo, un tour o una exhibición que emplea la interpretación a propósito como parte de los servicios que ofrece el sitio). Puede ser un programa para educación ambiental, video o una presentación de diapositivas, entonces no necesita la presencia física de un atractivo. Así, algunos productos turísticos son interpretativos y otros no. Ver producto turístico. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Producto turístico:** Cualquier producto diseñado específicamente para que sea consumido por turistas y que tenga los siguientes componentes: a) atractivos turísticos, b) acceso a los atractivos, c) actividades para conocer a los atractivos, d) servicios como infraestructura, transporte, alimentación y hospedaje, que posibilitan las actividades y mejoran su calidad, e) personal calificado para ofrecer los servicios y f) promociones para que el mercado conozca y compre el producto. Ver producto interpretativo. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Perfil de Visitante:** Es el conjunto de características y preferencias que definen a un turista, incluyendo aspectos demográficos, comportamentales y motivacionales que ayudan a entender sus decisiones de viaje. (Ritchie & Crouch, 2003).

## R

**Recorrido turístico rural:** Un recorrido turístico rural es una experiencia diseñada para explorar áreas rurales y naturales, donde los turistas pueden conocer y disfrutar de la belleza del campo, la cultura local y las tradiciones de las comunidades rurales. Estos recorridos pueden incluir visitas a granjas, paseos por senderos naturales, actividades al aire libre como senderismo y ciclismo, y la posibilidad de degustar productos locales o participar en festividades campesinas. Los recorridos turísticos rurales buscan ofrecer una desconexión del entorno urbano, promoviendo el ecoturismo y la conservación de los paisajes y tradiciones locales. (Martínez, 2021).

**Recorrido turístico urbano:** Un recorrido turístico urbano es una experiencia de visita guiada o autoguiada que se realiza dentro de un entorno urbano, donde los turistas pueden explorar y conocer los principales puntos de interés de una ciudad. Estos recorridos pueden incluir monumentos históricos, museos, plazas, parques, barrios emblemáticos, y aspectos culturales y gastronómicos del lugar. A menudo, los recorridos turísticos urbanos se diseñan para resaltar

la historia, la arquitectura, la cultura y el estilo de vida local, ofreciendo a los visitantes una visión integral de la ciudad. (Torres, 2020).

**Ruta turística:** Una ruta turística es un recorrido específico que los visitantes siguen para explorar un área geográfica particular y conocer sus principales atractivos. Estas rutas pueden estar diseñadas en torno a diferentes temas, como naturaleza, historia, cultura o gastronomía, y pueden ser de diferentes duraciones y niveles de dificultad. Las rutas pueden ser autoguiadas o acompañadas por un guía, y están diseñadas para facilitar la experiencia del viajero al ofrecer una secuencia lógica de visitas y actividades. (Martínez, 2021).

## T

**Tema interpretativo:** Es un enfoque narrativo que se utiliza en la comunicación turística para transmitir mensajes relevantes sobre la cultura, historia y características de un destino, facilitando la comprensión y apreciación por parte del visitante. (Tilden, 2007).

También denominado “oración-tema”. Aunque con frecuencia “tema” y “tópico” se usan como sinónimos, en el contexto de la interpretación del patrimonio no son equivalentes. El tema es una idea o punto principal de un programa que, por medio de una frase adecuada, el intérprete hace llegar al público para que éste comprenda la esencia o la idea fundamental del recurso patrimonial. El tema da cohesión a todo el mensaje, y sirve de referente para que el público sepa en todo momento “de qué va la presentación o cuál es el punto central del programa”. Se redacta (o se expresa verbalmente) como si fuese un titular de prensa, es decir, con sujeto, verbo y predicado (oración gramatical).

En muchos casos los temas se pueden utilizar como títulos. Otra opción es que los títulos sean una frase interesante (impactante, sugerente, provocativa) que “evoque el tema”. (Ham, 2013; Kohl & Wearing, 2011).

**Tema:** Oración completa por medio de la cual se desarrolla una idea, opinión o perspectiva comprobable sobre uno o más elementos del patrimonio. Esta idea debe ser llamativa, fácil de comprender y provocar la reflexión en la audiencia, ya sea que esté de acuerdo o no con ella. El intérprete desarrolla un tema para que la audiencia lo experimente con todos sus sentidos y lo use para crear sus propios significados. (Mayorga & Kohl, 2021).

**Trazado:** En el contexto turístico, el trazo se refiere a la planificación y diseño de rutas físicas, como caminos, senderos o itinerarios, que guían a los turistas a través de un destino. Este trazo puede incorporar aspectos estéticos y funcionales, asegurando que los visitantes tengan una experiencia fluida y atractiva mientras exploran áreas específicas. (Rivas, 2017).

## Referencias bibliográficas

**Buhalis, D.** (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. Tourism Management, 21(1), 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)

**Colmenares, S.** (2020). *Los actores del turismo: Una mirada a la dinámica del sector*. Editorial Turismo.

**Fernández, J.** (2018). *Actividades turísticas: Diversidad y desarrollo en la experiencia viajera*. Revista de Turismo y Ocio.

**García, M.** (2015). *Turismo y patrimonio: Significado e importancia de los hitos históricos en la atracción turística*. Revista de Historia y Turismo.

**González, M.** (2021). *Trayectos turísticos: La experiencia del viaje desde el desplazamiento*. Editorial de Viajes y Aventura.

**Gutiérrez, E.** (2018). *Atractivos turísticos: Clasificación y desarrollo*. Revisa de Turismo y Patrimonio Cultural.

**Ham, S. H.** (2013). *Interpretation: Making a difference on purpose*. Fulcrum Publishing.

**Kotler, P., & Keller, K.** (2016). *Marketing management* (15.<sup>a</sup> ed.). Pearson.

**Kohl, J., & Wearing, S.** (2011). *The future of ecotourism: Reframing the sustainability narrative*. Journal of Sustainable Tourism, 19(4–5), 423–437. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570345>

**Lenguaje.com.** (s. f.). *Narrativa (características, tipos y ejemplos)*. Recuperado el 2 de julio de 2025, de <https://lenguaje.com/narrativa/>

**López, F.** (2019). *La diferenciación en el turismo: Estrategias y enfoques*. Editorial Universitaria.

**López, R.** (2019). *El pasadío como alternativa recreativa: Implicaciones y oportunidades en el turismo local*. Editorial Ocio y Recreación.

**Martínez, A.** (2020). *Rutas turísticas: Creación y gestión de experiencias de viaje*. Revista de Turismo y Desarrollo.

**Martínez, R.** (2021). *Turismo rural: Conectando con la naturaleza y la cultura local*. Editorial de Ecoturismo y Sostenibilidad.

**Mayorga, M., & Kohl, J.** (2021). *Interpretación del patrimonio: Visión holística para experimentar y conservar el patrimonio natural y cultural de América Latina*. Editorial UNED. Costa Rica

**McDonald, M., & Dunbar, I.** (2012). *Market segmentation: How to do it, how to profit from it* (4.<sup>a</sup> ed.). Wiley.

**Pine, J., & Gilmore, J.** (2011). *The experience economy: Create memorable experiences for your customers*. Harvard Business Review Press.

**Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I.** (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing.

**Rivas, A.** (2017). *Diseño de rutas turísticas: Fundamentos y enfoque práctico*. Editorial Turismo.

**Tilden, F.** (2007). *Interpreting our heritage* (4.<sup>a</sup> ed.). University of North Carolina Press.

**Torres, L.** (2020). *Recorridos turísticos urbanos: Entre la historia y la modernidad*. Revista de Estudios Urbanos.

**Valle, M.** (2016). *Circuitos turísticos: Planificación y desarrollo de rutas de viaje*. Editorial de Turismo y Viajes.



**FONTUR** COLOMBIA

