

CARACTERIZACION DEL PERFIL ECONÓMICO, SOCIAL Y OCUPACIONAL DE LOS GUIAS DE TURISMO DE LA CIUDAD DE CARTAGENA, PARA ESTABLECER ACCIONES ENCAMINADAS A FORTALECER INTEGRALMENTE ESTE SUBSECTOR.

Unión temporal
Optimos LTDA – Peter Dale

2015
FONTUR 
COLOMBIA

Agenda



- Objetivos
- Metodología
- 1. Informe de la caracterización social económica y del perfil ocupacional de los guías de turismo de la ciudad de Cartagena
- 2. Informe de la identificación de las necesidades de capacitación que presentan los guías de turismo de la ciudad de Cartagena y de los aspectos donde mas se requiere acompañamiento a las asociaciones de guías de turismo
- 3. Informe de la caracterización de la oferta de tour guiados en la ciudad de Cartagena
- 4. Informe de caracterización de la demanda, en los segmentos del mercado: cruceros, vacacional y eventos /convenciones
- 5. Conclusiones sobre las características de los guías, asociaciones y del mercado turístico en la ciudad.
- 6. Plan de acción orientado a suplir las necesidades de capacitación identificadas en el subsector
 - Plan de capacitación para guías
 - Plan de capacitación para asociaciones



Objetivos

Objetivos Generales

1. Caracterización e Identificación del perfil económico, social y ocupacional de los guías de turismo de Cartagena y sus necesidades de capacitación.
2. Caracterización de las asociaciones de guías y determinación de sus necesidades de capacitación.
3. Caracterización de la oferta de tours guiados. Y elaboración de Fichas Técnicas de los tours más representativos.
4. Caracterización de la demanda: Turistas de cruceros; Turistas de Vacaciones; y Turistas de congresos y eventos.



Metodología

Metodología

Cuadro No. 1 Actividades para identificar las principales características de los guías de turistas y asociaciones de guías.

PARA IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS GUÍAS Y SUS NECESIDADES DE CAPACITACION

Recopilar información Secundaria

Recopilar información primaria

PARA IDENTIFICAR LAS CARACTERISTICAS DE LAS ASOCIACIONES Y SUS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

Recopilar información secundaria y primaria

FASE 1 DESK RESEARCH

Desk Research

Recopilación de planes gubernamentales y tendencias turísticas de Guianza
Revisión de estudios previos.

Procesamiento, análisis y conclusiones sobre el perfil e identificación desde el punto de vista de los guías de necesidades de capacitación de ellos

FASE 2 CUALITATIVA

6 Entrevistas en profundidad:

- Guías de cruceros.
- Guías de Congresos.
- Guías de Vacaciones

Para diseñar adecuadamente el cuestionario de la fase siguiente.

FASE 3 CUANTITATIVA

- Realizamos un censo de guías con y sin RNT., mediante la recopilación de listados en RNT, en Sociedad portuaria, en Asociaciones de guías, y guías sin RNT que trabajan en monumentos de la ciudad.
- Se convocaron todos los guías y se realizaron 212 encuestas personales con guías:
- 167 Guías con Tarjeta Profesional y RNT
- 33 Guías informales sin RNT ni tarjeta profesional
- 12 Estudiantes de Tecnología en Guianza.

FASE 4 CUALITATIVA

• Desk Research

Revisión de objetivos de asociaciones nacionales e internacionales.

- 10 Entrevistas personales en profundidad con los directivos de las 9 Asociaciones de guías de turismo y 1 con la empresa VIP, considerada por los guías como una asociación.

Grillado de información, análisis y conclusiones

Diagnóstico de las Asociaciones e identificación de sus necesidades de capacitación

Metodología

Cuadro No. 2 Actividades para identificar las principales características de la oferta y demanda del mercado de la ciudad de Cartagena que utilizan servicio de guías.

METODOLOGÍA

OFERTA DE TOURS GUIADOS EN CARTAGENA

FASE 5 INFORMACIÓN SECUNDARIA

- **Desk research**
- Recopilación de productos turísticos de Cartagena que incluían guía.
- Diseño del contenido de las Fichas Técnicas

FASE 6 INFORMACIÓN PRIMARIA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

- 20 Entrevistas en profundidad con :
12 agencias u operadores líderes, que ofrecían tours guiados a nivel nacional e internacional.
- 8 Entrevistas de profundidad con directivos de atractivos turísticos donde hay guía
- 11 Observaciones etnográficas (tipo **Mystery Shopper**) en los principales tours guiados.

Establecimiento de bases de datos y análisis y conclusiones sobre la oferta de tours guiados.

DEMANDA DE TOURS GUIADOS ENTRE TURISTAS DE CRUCEROS, VACACIONES, CONGRESOS Y EVENTOS

FASE 7 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Desk Research.
Recopilación de información y datos sobre turistas nacionales y extranjeros que utilizan guía en sus tours a Cartagena.

FASE 8 INFORMACIÓN PRIMARIA CUALITATIVA

Realización de 6 entrevistas con turistas de cruceros, de eventos y de vacaciones.
Para diseñar adecuadamente la encuesta de la fase siguiente.

FASE 9 INFORMACIÓN PRIMARIA CUANTITATIVA

- Censo entre turistas aéreos 2741 contactos para dimensionar la proporción de utilización de tours guiados entre este tipo de turistas (1 semana entrevistando pasajeros de todos los vuelos)
- 300 Encuestas a Turistas Nacionales y Extranjeros que habían tomado tours guiados en Cartagena, de los segmentos de cruceros, convenciones y eventos y turismo vacacional.

Procesamiento, análisis y conclusiones de las características de la demanda de tour guiados del mercado

Elaboración de 50 fichas técnicas de los principales tours guiados ofrecidos en la ciudad y sus alrededores

Metodología

Cuadro No 3

PLAN DE ACCIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMPETENCIAS

A nivel de los guías

Diseño de un Plan de acción con base en las necesidades manifestadas por los guías, las necesidades de los guías expresadas por los contratantes, por los atractivos turísticos, por los turistas, por Fontur en el pliego de la licitación y por las tendencias del mercado turístico mundial.

El programa de capacitación fue diseñado con módulos que pueden conformar un plan de 120 horas.

Especifica la disposición de salones, equipo audiovisual y demás logística que se empleará para el desarrollo de la capacitación. Y una certificación por parte de una institución de educación.

A nivel de las Asociaciones

Diseño de un Programa de coaching para las 10 asociaciones, con base en las necesidades manifestadas por las mismas asociaciones, necesidades expresadas por los contratantes, las actividades realizadas por asociaciones de destinos competitivos y los temas incluidos en el pliego por Fontur.

El programa está diseñado por módulos, podrá incluir 60 horas o más.



1. INFORME DE LA CARACTERIZACIÓN SOCIAL ECONÓMICA Y DEL PERFIL OCUPACIONAL DE LOS GUIAS DE TURISMO DE LOS GUIAS DE TURISMO DE LA CIUDAD

- Tendencias del mercado
 - * Planes gubernamentales de turismo y la guianza
 - * Requisitos para ejercer la profesión de guías
- Determinación del Universo de guías
- Caracterización y perfil de los guías
 - * Perfil demográfico
 - * Perfil ocupacional
 - * Actitudes de los guías
 - * Interés de capacitación

Fase I: Tendencias del mercado (Desk research)

El Plan Sectorial de Turismo de Colombia, 2014-2018 señala :

“Necesidad de mejores competencias gerenciales y laborales a nivel del turismo”

“La falencia en el manejo de idiomas extranjeros es notable”

“El recurso humano vinculado al sector deberá tener altos niveles de calidad”

“El turista de hoy está buscando más experiencias en vez de un turismo pasivo.”

Organización Mundial de Turismo destaca:

“La calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad”

“La calidad del servicio debería servir a los guías de turismo como objetivo”

Fase I: Tendencias del mercado (Desk research)

Plan Estratégico de Cartagena y Bolívar - Sector del Turismo

“Cartagena será la ciudad líder en la oferta de productos turísticos en Colombia y el Caribe.”

Principales estrategias señaladas por:

Importante el desarrollo de más atractivos turísticos

Se debe desarrollar y generar ambientes propicios para los negocios y la facilidad de crear empresas

Los turistas están interesados en la naturaleza, experiencias de etnoturismo.

Alta necesidad de lograr y exigir a los guías de turismo el dominio de una segunda lengua

Alta necesidad de lograr y exigir a los guías de turismo una certificación de calidad

Más agencias vendiendo turismo de naturaleza, más alojamientos rurales, más guías especializados”. (FEDEC 2012).

Requisitos para ejercer profesión de guías

Guías en Colombia y Cartagena

Poseer Tarjeta Profesional de Guía de Turismo.**
Estar inscrito en el Registro nacional de turismo.

**Se expide a quienes tienen el título de técnicos/ tecnólogos en guianza turística del Sena.

*Guías en España

Certificación que se obtiene al hacer el curso de 4 módulos sobre:

- **Módulo en Diseño de productos y servicios turísticos locales.**
- **Información turística.**
- **Gestión de unidades**
- **Procesos de gestión de calidad turística**

Certificar **Inglés profesional para turismo.**

Y tomar como Material complementario:

- Atención e información viajeros del autobús
- Técnicas para hablar en público
- Prevención de riesgos
- Técnicas de búsqueda de empleo

Guías en México

Se exige:

- **Certificación Turística de acuerdo a las Normas Mexicanas Oficiales:**
- **NOM 08 GUÍA ESPECIALIZADO EN TEMAS Y LOCALIDADES ESPECÍFICAS DE CARÁCTER CULTURAL.**
- **NOM 09 GUÍA ESPECIALIZADO EN ACTIVIDAD ESPECÍFICAS**
- Certificación del dominio del inglés.

Guías en Perú

CURSO DE FORMACION GENERAL duración 4 semestres en turismo, debe incluir: **turismo, flora, fauna, técnicas de vida al aire libre,** entre otros

- **FORMACIÓN EN SU ESPECIALIDAD:** los guías especializados deben demostrar:
- **Conducción de grupos (Comunicaciones y experiencias vivenciales) y atención al cliente.**
- **Seguridad y Orientación.**
- **Primeros Auxilios**
- **IDIOMA EXTRANJERO:** mínimo nivel intermedio y dominar los términos técnicos y de seguridad de su especialización.

***GUIAS ESPAÑA** La comunidad de Madrid en colaboración con las asociaciones profesionales de guías establecen las pruebas que permitan a los guías acreditar el conocimiento de idiomas y de las materias requeridas para ser guías.

Requisitos para ejercer profesión de guías

Los países competitivos mundialmente exigen a sus guías especializarse en las normas turísticas. Y dominar por lo menos el inglés.



En Colombia y Cartagena se necesita exigir una capacitación más exigente para ser guía general, tanto a nivel de conocimientos históricos, antropológicos, como en un segundo idioma y para tours temáticos, especializarse en los temas pertinentes.

Determinación del universo de guías de Cartagena

Uniendo los listados suministrados por asociaciones, operadoras, el puerto, RNT, chequeo callejero, la universidad, construimos una base de datos de 400 guías y al contactarlos, se encontró:

UNIVERSO	TOTAL
Fallecidos	16
Guías informales no certificados	42
Estudiantes ultimo semestre	12
Guías con tarjeta profesional	330
Total guías	400



De los 330 guías con tarjeta profesional y RNT, hay:

GUIAS CON TARJETA	TOTAL
Activos	269
Inactivos**	47
Sin información	14
Total	330



Participaron en la investigación 167 = 62%

** Enfermos, discapacitados, de edad muy mayor, viven en otro país, dedicados a otra actividad.

Criterios de segmentación de los guías

Guías Premium

19% de los guías activos de Cartagena (50 guías)

Profundizan en los conocimientos requeridos para los tours histórico-culturales y/o se han especializado en un tours temáticos

Su nivel de estudios es universitario

Su experiencia es mayor de 10 años



Manejan bien más de 1 un idioma (calificación 4-5)

Tienen certificado como guía shore excursions (Aquila)

En el 70% de sus tours guían a extranjeros en inglés u otros idiomas

Tienen su RNT actualizado

Han recibido premios por guianza

Es reconocido como un guía de alto rendimiento por las agencias

Trabajan con las principales agencias

Criterios de segmentación de los guías

Guías Integrales

33% de los guías activos de Cartagena (89 guías)

Nivel de Estudios
Tecnológico

Su experiencia es
mayor de 5 años

Han recibido premios
por guianza

Tienen certificado como
guías shore excursions
(Aquila)

Manejan 60% de sus tours
con extranjeros en ingles u
otro idioma

Manejan bien uno o más
idiomas extranjeros
(calificación 4-5)



Tienen una actitud de
actualización continua

Trabajan con agencias
reconocidas

Tienen su RNT
actualizado

Criterios de segmentación de los guías

Guías Básicos

28% de los guías activos de Cartagena (75 guías)

Nivel de estudios
Técnicos

Su experiencia es de
2 años o más

Trabajan generalmente como
guías independientes

Pocos Manejan bien el inglés u
otro idioma (calificación 4-5)



La mayoría no tienen su RNT
actualizado

"Sienten que deben mejorar
su nivel de inglés"

Tienen actitud de
actualización y desean
capacitarse

Criterios de segmentación de los guías

Guías Rezagados

20% de los activos de Cartagena (55 guías)

Nivel de estudios
técnicos

Su experiencia es de
20 años o más

Generalmente trabajan como
guías independientes y ceden
el turno por el idioma

Tienen actitud "Solo me
inscribo en cursos, cuando veo
que estos van a aportarme
mayores ingresos"



No manejan bien el ingles ni
otro idioma

No tienen deseos de seguir
capacitándose

Tienen la actitud "Estoy satisfecho
con mi calidad de guianza por eso
no asisto a capacitaciones"

Criterios de segmentación de los guías

Guías informales no capacitados

Eran vendedores
ambulantes o taxistas que
se volvieron guías

No han realizado estudios
sobre turismo ni guianza

Se dan a conocer en las
calles, playas o páginas
web

Generalmente trabajan
como guías independientes



Aprendieron oyendo a otros
guías y memorizaron los
guiones

Algunos manejan bien el
ingles u otro idioma
(calificación 4-5)

Actitud "Siento que debo mejorar
mi nivel de inglés"

Criterios de segmentación de los guías

Guías Informales capacitados

Son extranjeros o de otras ciudades de Colombia

Nivel de Estudios universitario

Se dan a conocer por su página web o porque los recomiendan

Son autodidactas en historia y antropología de Cartagena y en técnicas de guianza.

Manejan 100% de sus tours con extranjeros en inglés u otro idioma



Su idioma nativo es el inglés o manejan muy bien uno o más idiomas extranjeros

Trabajan independientes

Su experiencia es mayor de 5 años

Segmentación de los guías activos

La mitad de los guías de Cartagena, con tarjeta profesional, no pueden ofrecer un servicio de alta calidad

SEGMENTOS	TOTAL	%
Premium	50	19%
Integrales	89	33%
Básicos	75	28%
Rezagados	55	20%
Total	269	100%

} **52% 139 guías**
} **48% 130 guías**

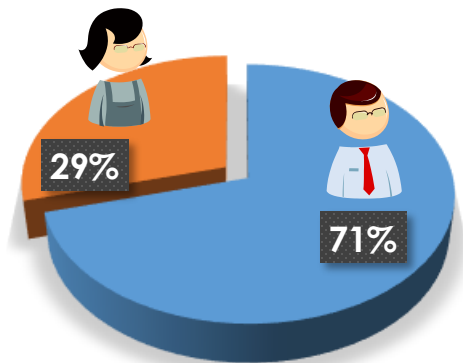




Perfil demográfico

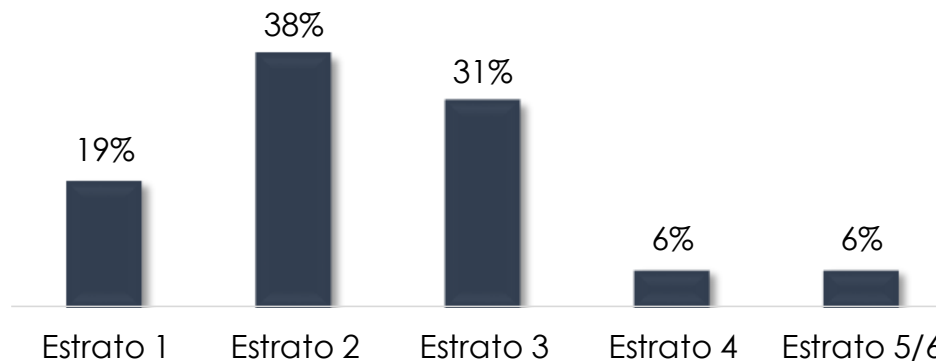
Estrato - Edad - Género del Guía

■ Hombre ■ Mujer

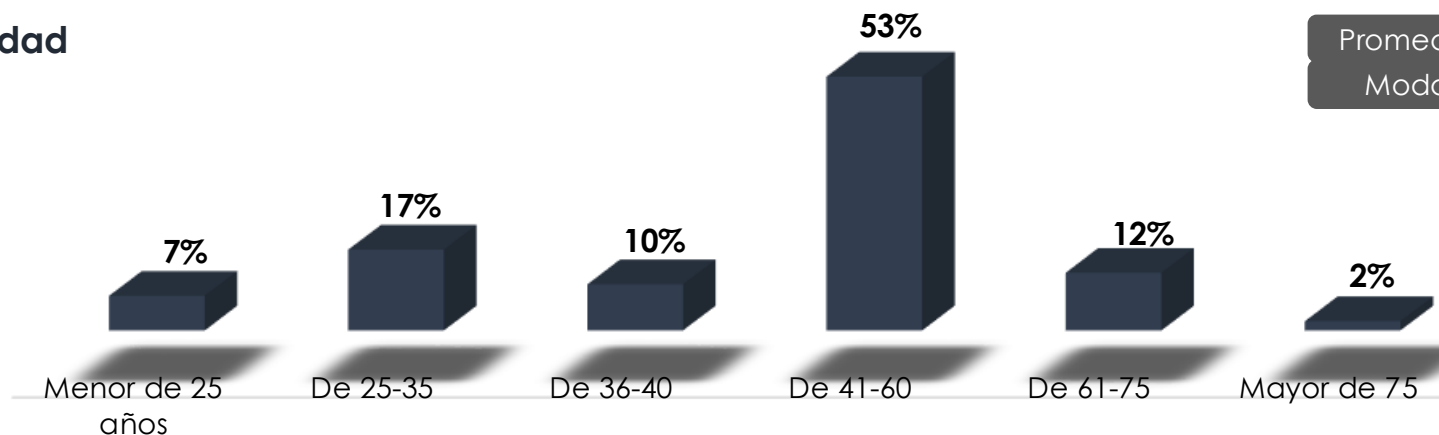


Genero

Estrato



Edad

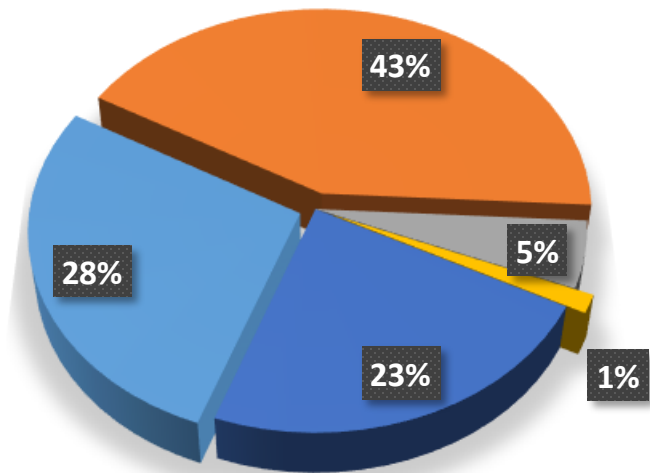


Base: 209 Guías entrevistados

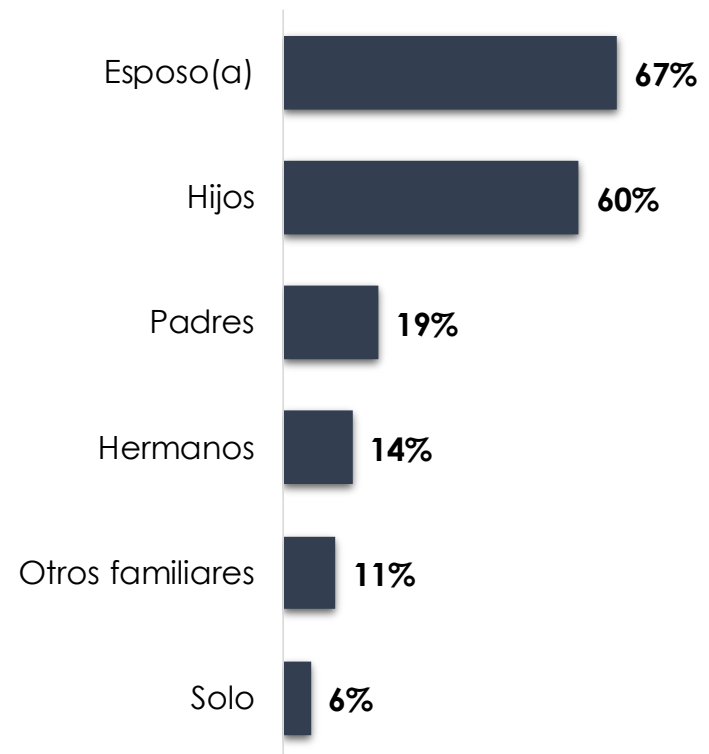
Estado civil – Conformación del hogar de los guías

Estado civil

■ Soltero ■ Casado ■ Separado ■ Viudo ■ Union libre



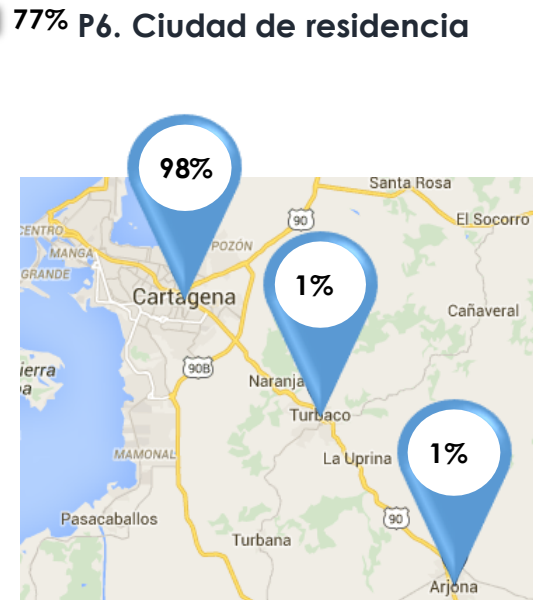
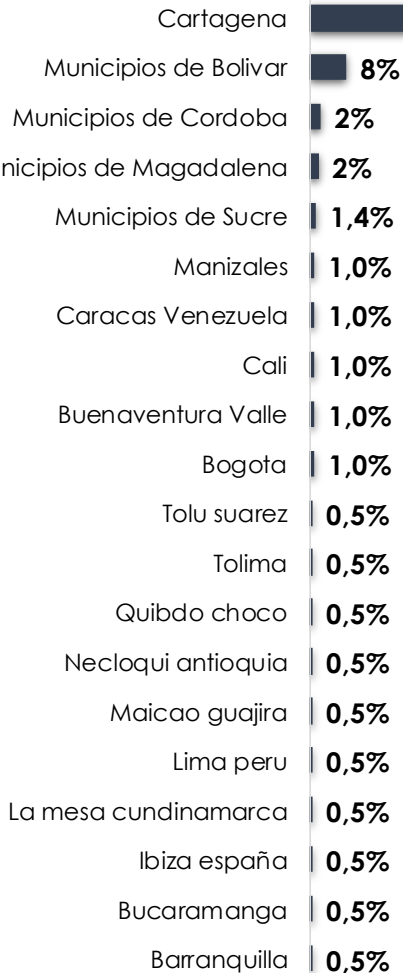
P9. Con quien vive?



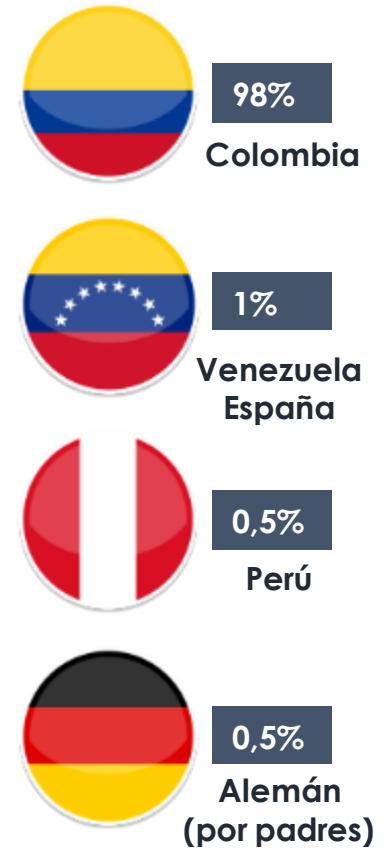
Base: 209 Guías entrevistados

Lugar de nacimiento - Ciudad de residencia - Nacionalidad

P2. Lugar de nacimiento



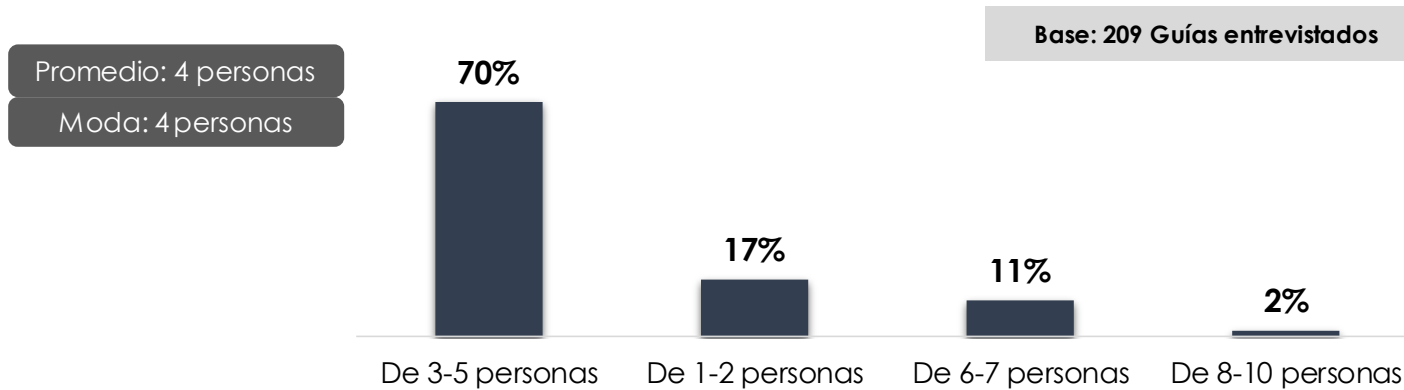
P3. Nacionalidad



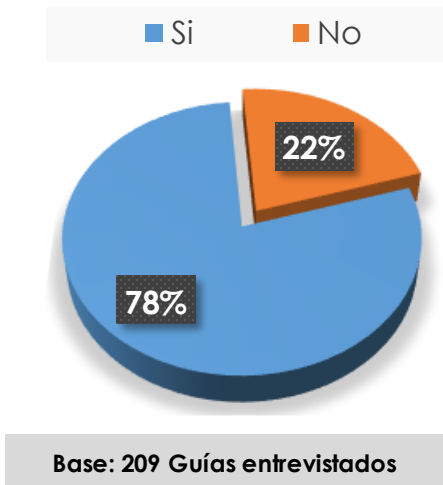
Base: 209 Guías entrevistados

Número de personas en el hogar – tenencia de hijos

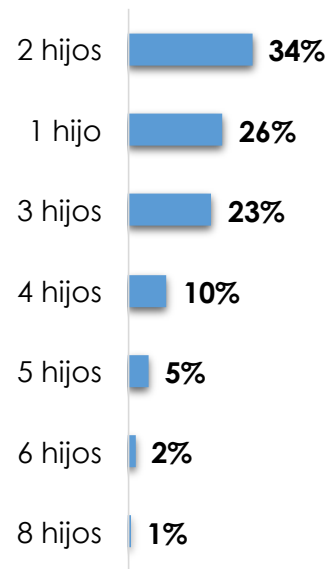
P10. Cuantas personas conforman su hogar



P11. Tiene hijos?



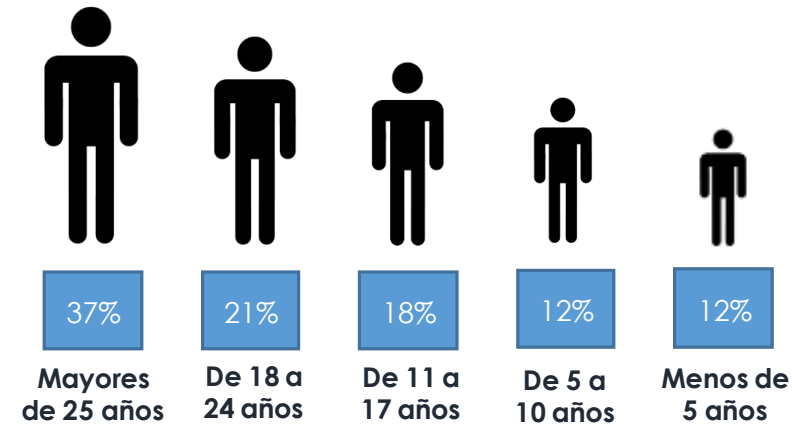
P12. numero de hijos?



Promedio: 2 hijos

Moda: 2 hijos

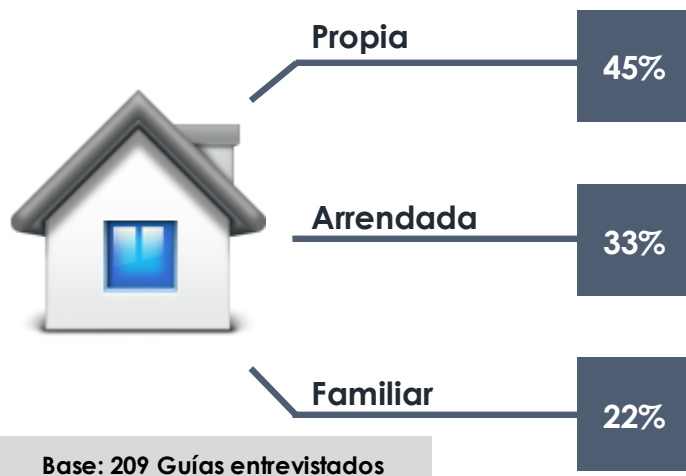
P13. Edades de los hijos



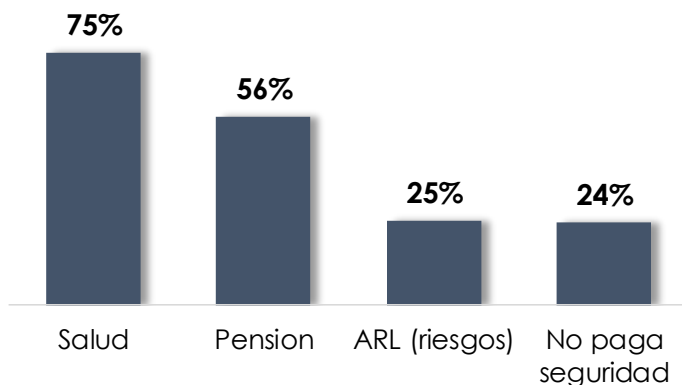
Base: 164 Guías entrevistados que dicen tener hijos

Tenencia de vivienda – vehículo personal y para la guianza

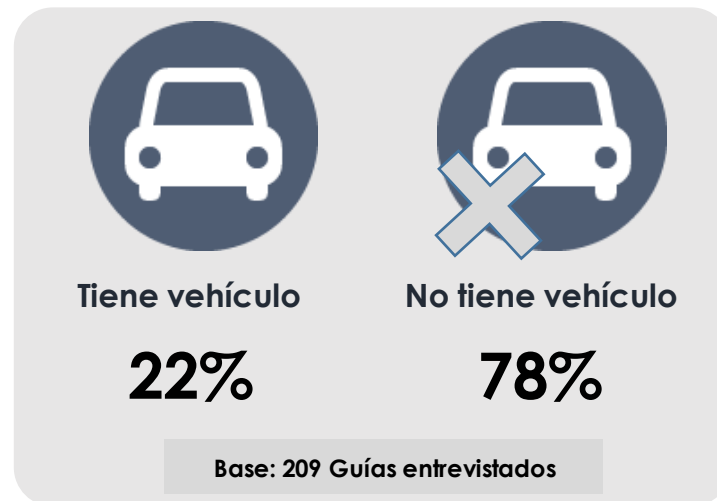
P14. La vivienda en que vive es...



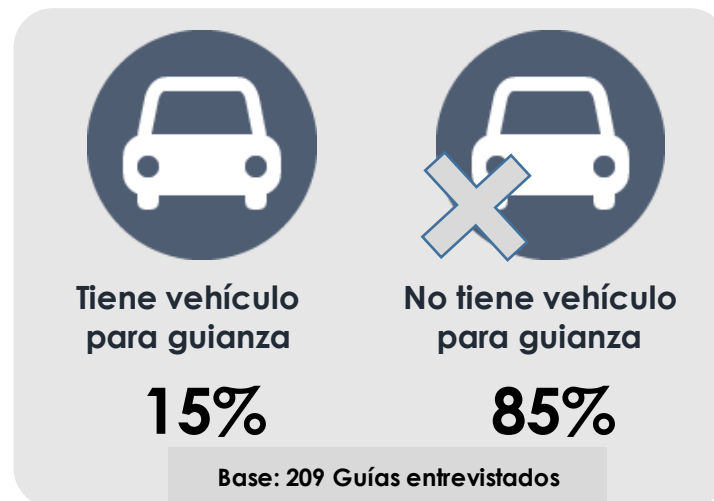
P51. Paga usted su seguridad social?



P16. Posee vehículo de uso personal?

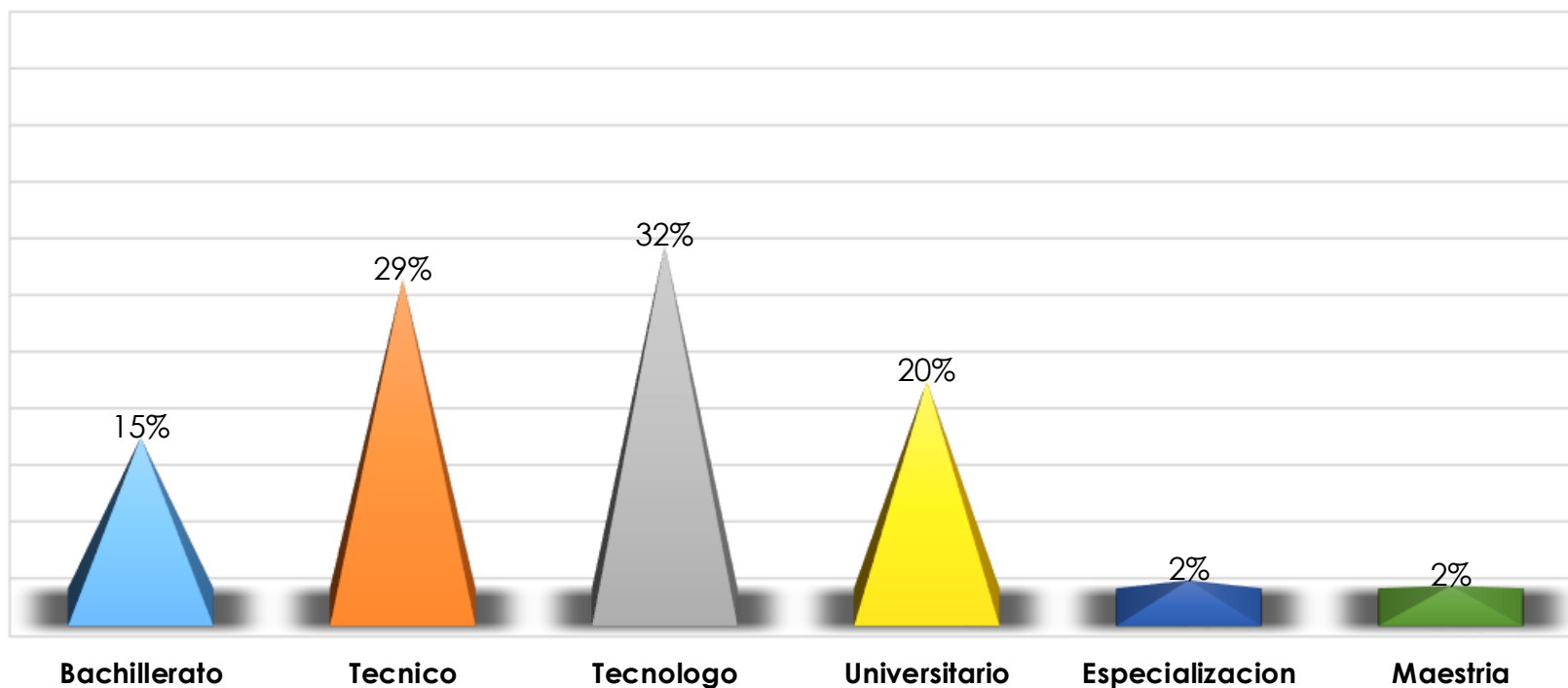


P17. Tiene vehículos para la guianza diferente al personal



Nivel máximo de estudios realizados

23. Nivel de estudios



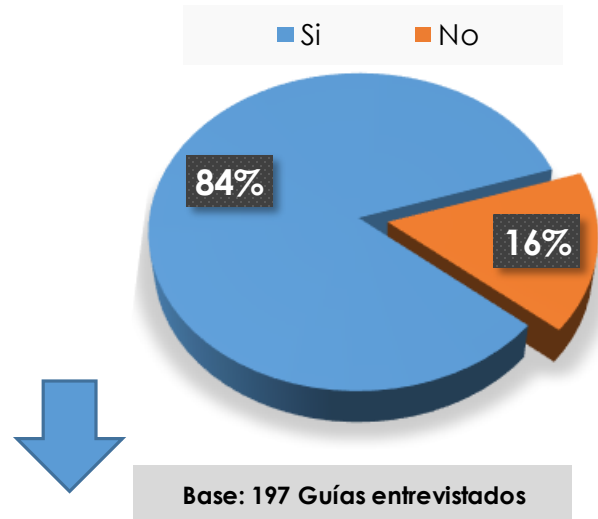
Base: 209 Guías entrevistados con tarjeta profesional



Perfil ocupacional

Tarjeta Profesional – Inscripción actualizada al RNT

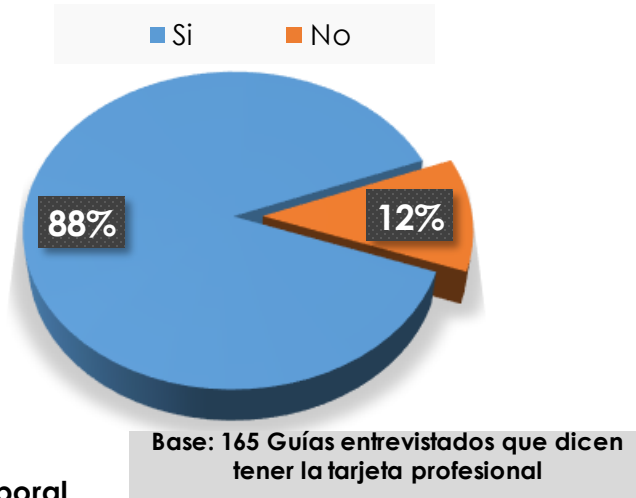
p98. Tiene tarjeta Profesional?



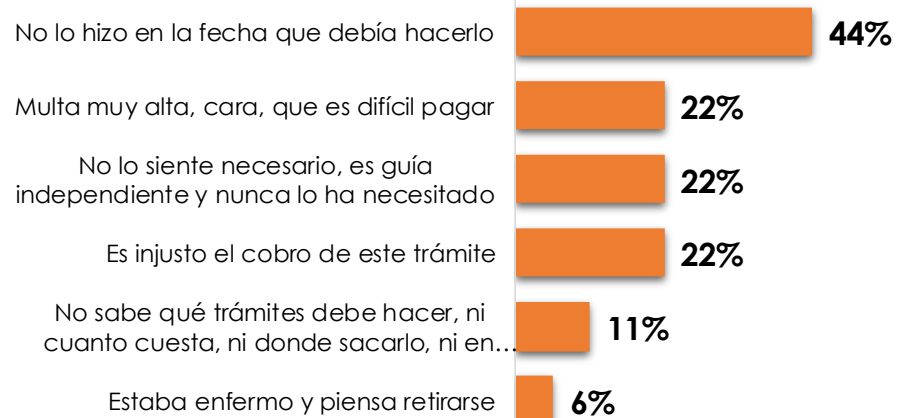
102. Por que no cuenta con Tarjeta Profesional de guía turístico?



99. Tiene inscripción actualizada en el RNT?

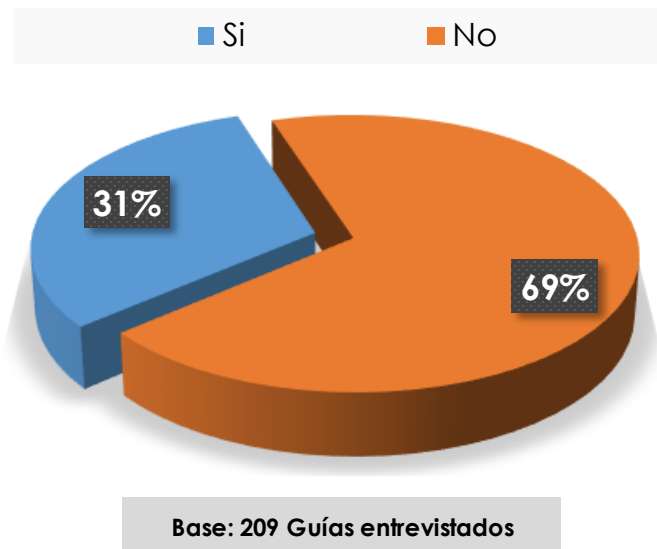


101. Razones por las que no tiene actualizado el RNT?



Realización de la certificación internacional guianza de cruceros (Aquila)

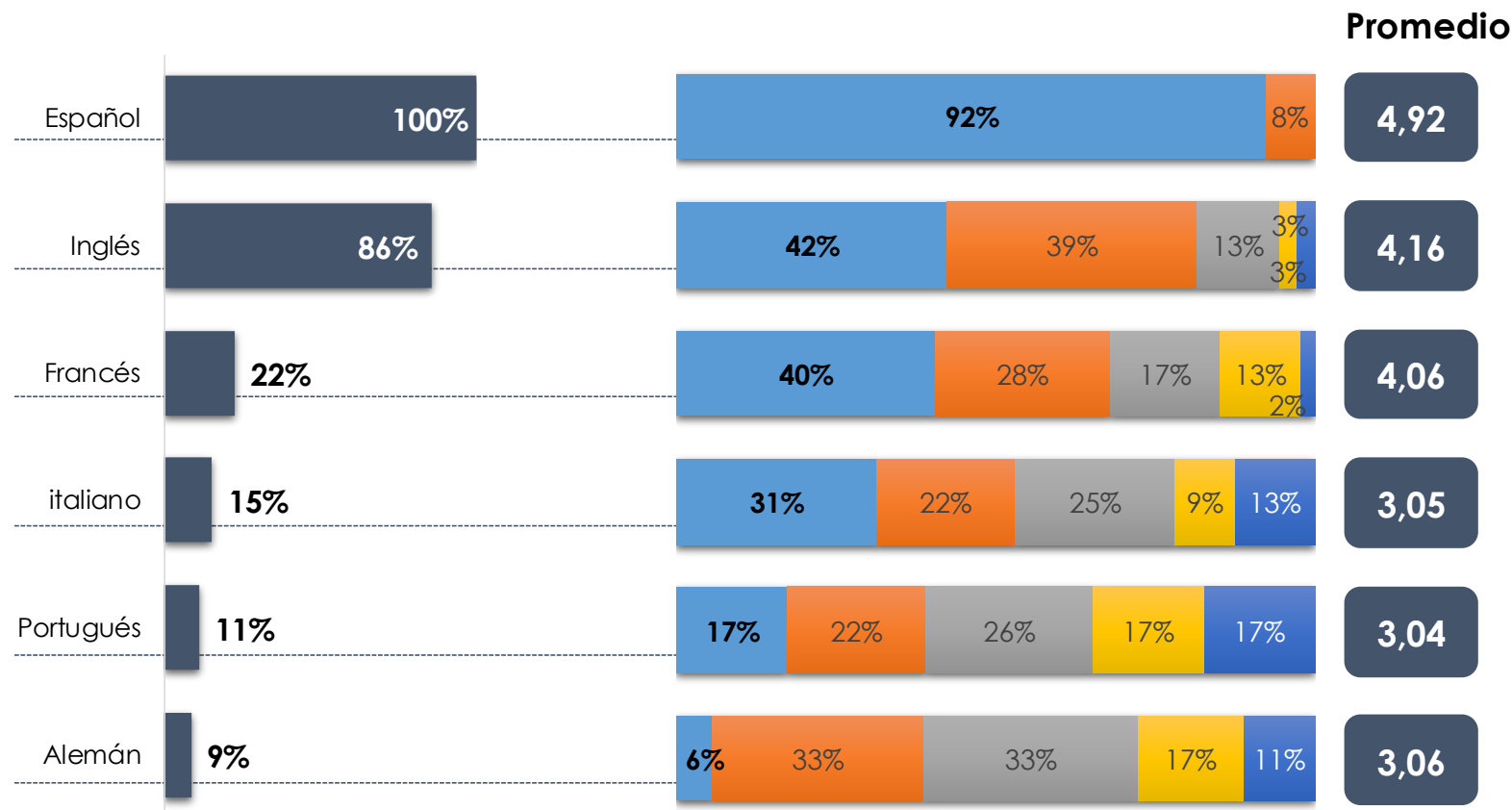
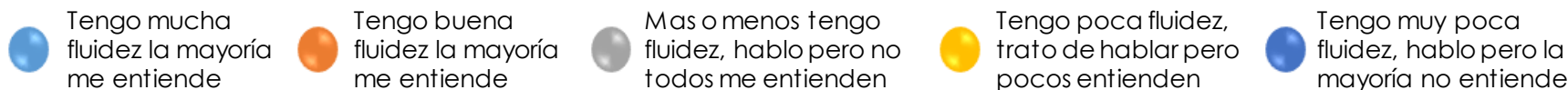
p33. Esta certificado internacionalmente por AQUILA, como guía de cruceros (SHORE EXCURSIONS)?



	Total	TIPO DE GUIA					
		Guía Informales	Guía Rezagado	Guía Básico	Guía Integral	Guía Premium	Estudiantes
Si está certificado	31%	-	-	5%	55%	83%	-
No está certificado	69%	100%	100%	95%	45%	17%	100%
Base entrevistados	209	32	24	44	62	35	12

Idiomas que manejan los guías en Cartagena (Autoevaluación)

p34. Por favor indique idiomas habla...



Base: 209 Guías entrevistados

Nivel de fluidez que manejan los guías en Cartagena

p34. Por favor indique que idiomas habla y la fluidez al hablarlo...

INGLÉS	Total	TIPO DE GUIA					
		Guía Informales	Guía Rezagado	Guía Básico	Guía Integral	Guía Premium	Estudiantes
Tengo mucha fluidez la mayoría me entiende	42%	29%	19%	29%	48%	74%	17%
Tengo buena fluidez la mayoría me entiende	39%	14%	33%	45%	48%	26%	67%
Mas o menos tengo fluidez , hablo pero no todos me entienden	13%	43%	24%	24%	3%	-	-
Tengo poca fluidez, trato de hablar pero pocos entienden	3%	14%	5%	-	2%	-	17%
Tengo muy poca fluidez, hablo pero la mayoría no entiende	3%	-	19%	2%	-	-	-
Base entrevistados	179	14	21	42	61	35	6

Tiempo promedio dedicado a la guianza y otras actividades en temporada alta - baja



Base: 201 Guías entrevistados que guían

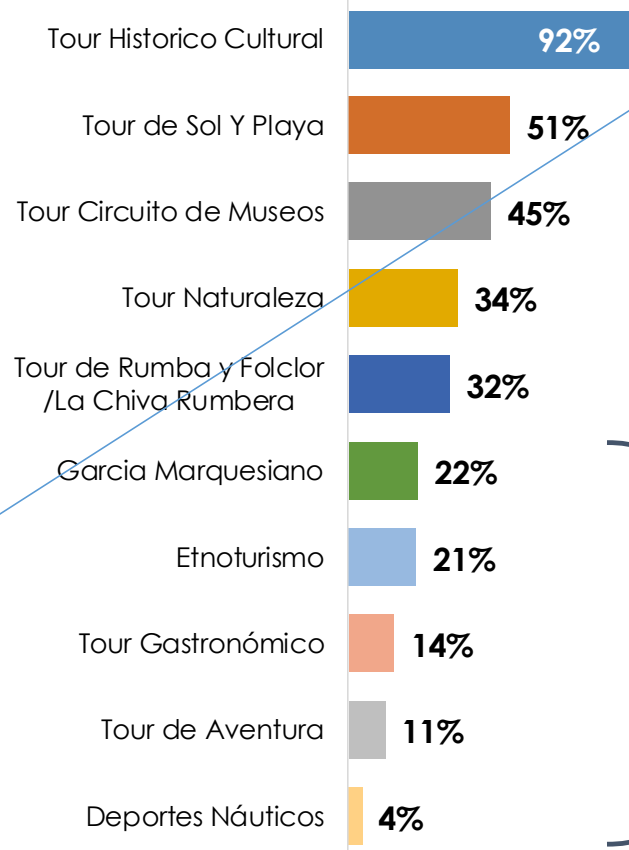
Tiempo promedio dedicado a la guianza y otras actividades en temporada alta - baja

	Total	Tipo de guía					Estudiantes
		Guía Informales	Guía Rezagado	Guía Básico	Guía Integral	Guía Premium	
5-8 horas	56%	69%	25%	51%	64%	63%	33%
2-4 horas	25%	25%	46%	28%	21%	11%	50%
9-12 horas	14%	3%	17%	21%	10%	20%	17%
13- 18 horas	1%	-	8%	-	2%	-	-
0 Horas	1%	-	4%	-	2%	3%	-
Menos de 2 horas	1%	3%	-	-	2%	-	-
Más de 18 horas	1%	-	-	-	-	3%	-
Base entrevistados	201	32	24	43	61	35	6

	Temporada	Tipo de guía					Estudiantes
		Guía Informales	Guía Rezagado	Guía Básico	Guía Integral	Guía Premium	
Promedio de horas del día dedicadas a la guianza	Alta	5,66	6,21	6,74	6,79	7,57	5,33
	Baja	4,50	3,67	5,19	3,97	5,14	4,50
Tiempo promedio dedicado en días a la semana a la guianza	Alta	4,91	4,38	4,84	4,31	4,86	4,33
	Baja	3,63	3,29	3,42	2,72	3,17	3,00
Tiempo promedio dedicado en días a la semana a otros trabajos diferentes a la guianza	Alta	1,44	1,04	0,84	1,08	0,89	1,67
	Baja	2,00	1,42	1,37	1,43	1,49	2,83
Tiempo promedio dedicado en días a la semana al descanso	Alta	0,66	1,58	1,33	1,61	1,06	1,00
	Baja	1,38	2,00	2,21	2,74	2,34	1,17

Tipo de tour que guían en Cartagena

p62. Tipos de tour que guía usted?



Base: 201 Guías entrevistados

Poco se ofertan y pocos guías saben manejar este tipo de tour.

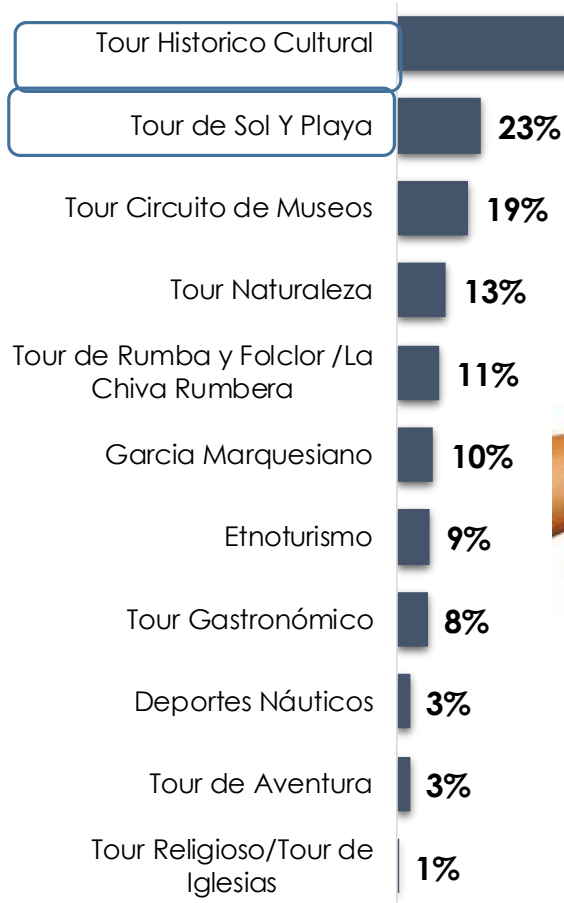
Tipo de tour que guían en Cartagena

p62. Tipos de tour que guía usted?

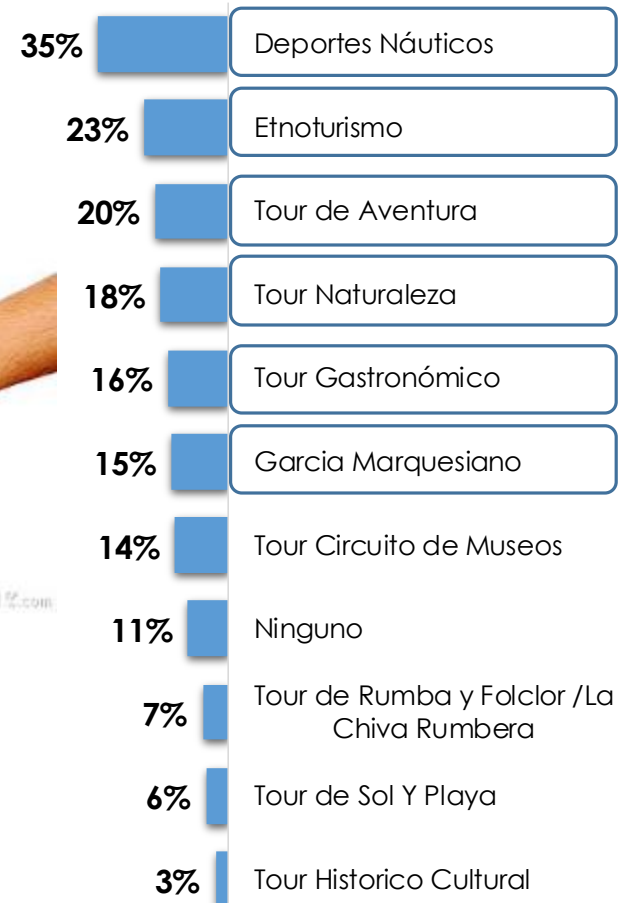
	Total	TIPO DE GUIA					
		Guía Informales	Guía Rezagado	Guía Básico	Guía Integral	Guía Premium	Estudiantes
Tour Histórico Cultural	92%	69%	92%	100%	97%	97%	83%
Tour de Sol Y Playa	51%	72%	29%	33%	56%	60%	50%
Tour Circuito de Museos	45%	9%	33%	47%	54%	71%	17%
Tour Naturaleza	34%	13%	17%	33%	43%	57%	17%
Tour de Rumba y Folclor /La Chiva Rumbera	32%	25%	29%	30%	43%	26%	17%
Garcia Marquesiano	22%	3%	4%	7%	30%	60%	-
Etnoturismo	21%	3%	4%	12%	34%	43%	-
Tour Gastronómico	14%	3%	8%	5%	23%	29%	-
Tour de Aventura	11%	3%	4%	2%	23%	14%	17%
Deportes Náuticos	4%	3%	-	7%	7%	3%	-
Tour privado de acuerdo a lo que el cliente desee	1%	3%	-	-	2%	3%	-
Tour en las regiones aledañas a la ciudad	1%	-	-	-	2%	3%	-
Base entrevistados	201	32	24	43	61	35	6

Tipo de tour en el cual se sienten fuertes y débiles para realizar guianza

p66. En que tipo de tour se siente mas fuerte para ejercer la guianza?



p67. En que tipo de tour se siente mas débil para ejercer la guianza?



Base: 201 Guías entrevistados

Ajuste del tours a las necesidades del turista

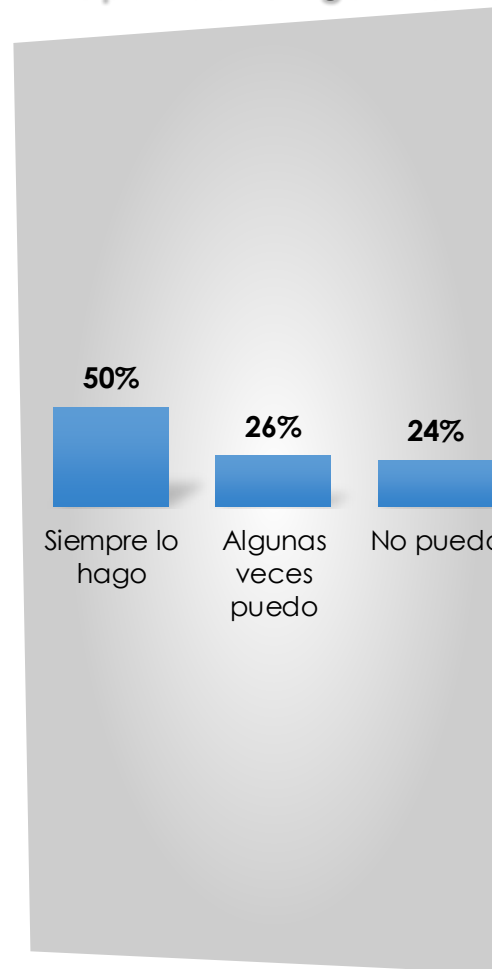
P78 – P79. Conoce y puede ajustar el tour al perfil e intereses de los turistas

Independiente



Base: 173 Guías entrevistados

Operador o agencia



Base: 139 Guías entrevistados

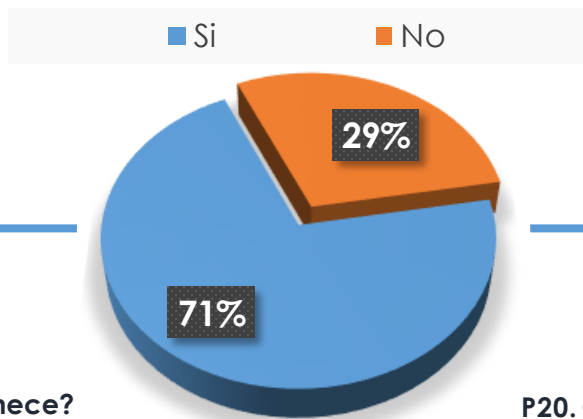
Número de personas guiadas y promedio de ingresos por grupo

	Independiente		Operador o agencia	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
P68 – P69. Porcentaje de tour que realiza	37%	63%	27%	73%
P70 – P71. Número de turistas promedio que maneja en cada grupo	11 personas		24 personas	
P72 – P73. Promedio de ingresos que le genera la tarifa de un grupo	\$ 230.286		\$ 143.276	
P74 – P75. Promedio de ingresos que le generan las propinas de un grupo	\$ 62.237		\$ 72.806	
P76 – P77. Ingresos que le generan las comisiones por compras de un grupo	\$ 126.766		\$ 136.042	
Promedio total de ingresos por tour	\$ 419.289		\$ 352.124	
	Base: 173 Guías entrevistados		Base: 139 Guías entrevistados	

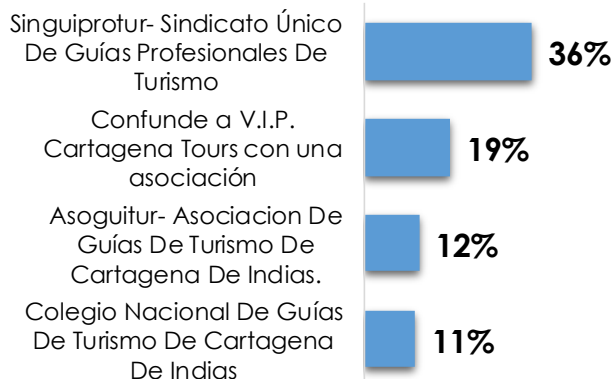
Afiliación a una asociación

P17a. Perteneces a alguna asociación de guías de turismo?

Base: 166 Guías entrevistados que tienen tarjeta profesional

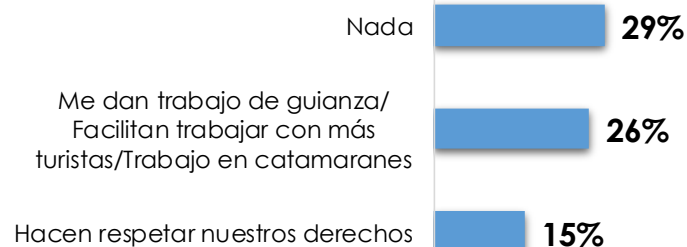


P19. A cual asociación de guías de turismo perteneces?



Base: 118 Guías entrevistados que tienen tarjeta profesional que dicen pertenecer a una asociación

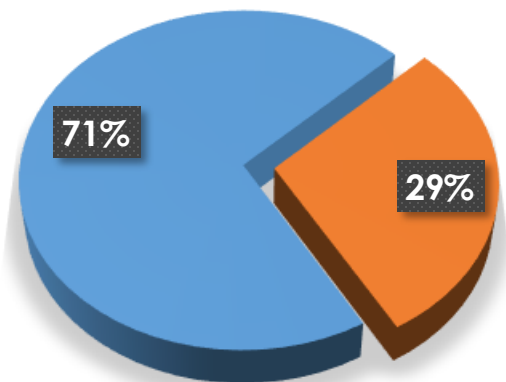
P20. Que beneficios recibe de estas asociaciones?



Afiliación a una asociación

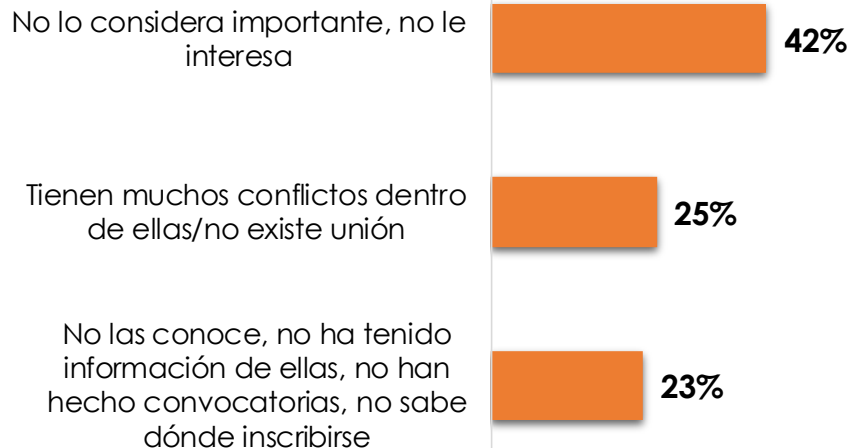
P17a. Perteneces a alguna asociación de guías de turismo?

■ Si ■ No



Base: 166 Guías entrevistados que esta carnetizados

P18. Por que no se ha asociado a alguna asociación?



Base: 48 Guías entrevistados carnetizados que dicen no pertenecer a una asociación

Promedio de ingresos en temporada Alta - temporada Baja

p97a. Escriba un estimado del promedio de ingresos totales mensuales que recibe un guía como usted en temporada alta y temporada baja como lo muestra el siguiente ejemplo.

Temporada Alta Ingresos mensuales

Promedio	\$ 2.366.066
Moda	1.600.000

Base: 209 Guías

Guianza

Promedio	\$ 1.350.506
Moda	\$ 1.000.000

Base: 173 Guías
respondieron

Comisiones de compras

Promedio	\$ 588.772
Moda	\$ 100.000

Base: 113 Guías
respondieron

Propinas

Promedio	\$ 426.788
Moda	\$ 500.000

Base: 145 Guías
respondieron

Temporada Baja Ingresos mensuales

Promedio	\$ 1.154.780
Moda	\$ 800.000

Base: 209 Guías

Guianza

Promedio	\$ 723.385
Moda	\$ 500.000

Base: 149 Guías
respondieron

Comisiones de compras

Promedio	\$ 260.637
Moda	\$ 200.000

Base: 87 Guías
respondieron

Propinas

Promedio	\$ 170.758
Moda	\$ 100.000

Base: 116 Guías
respondieron

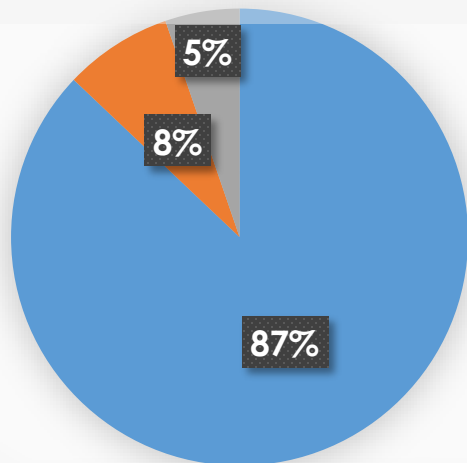


Actitudes de los guías

Percepción del nivel de información del turista actual

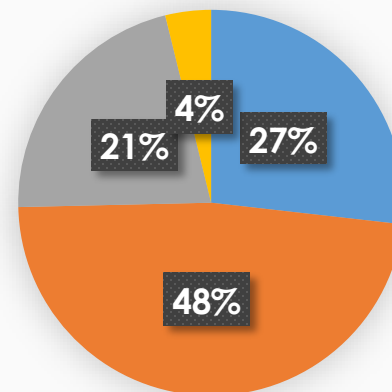
p80. Usted considera que el turista hoy...?

■ Mas informado ■ Igual informado ■ Menos informado



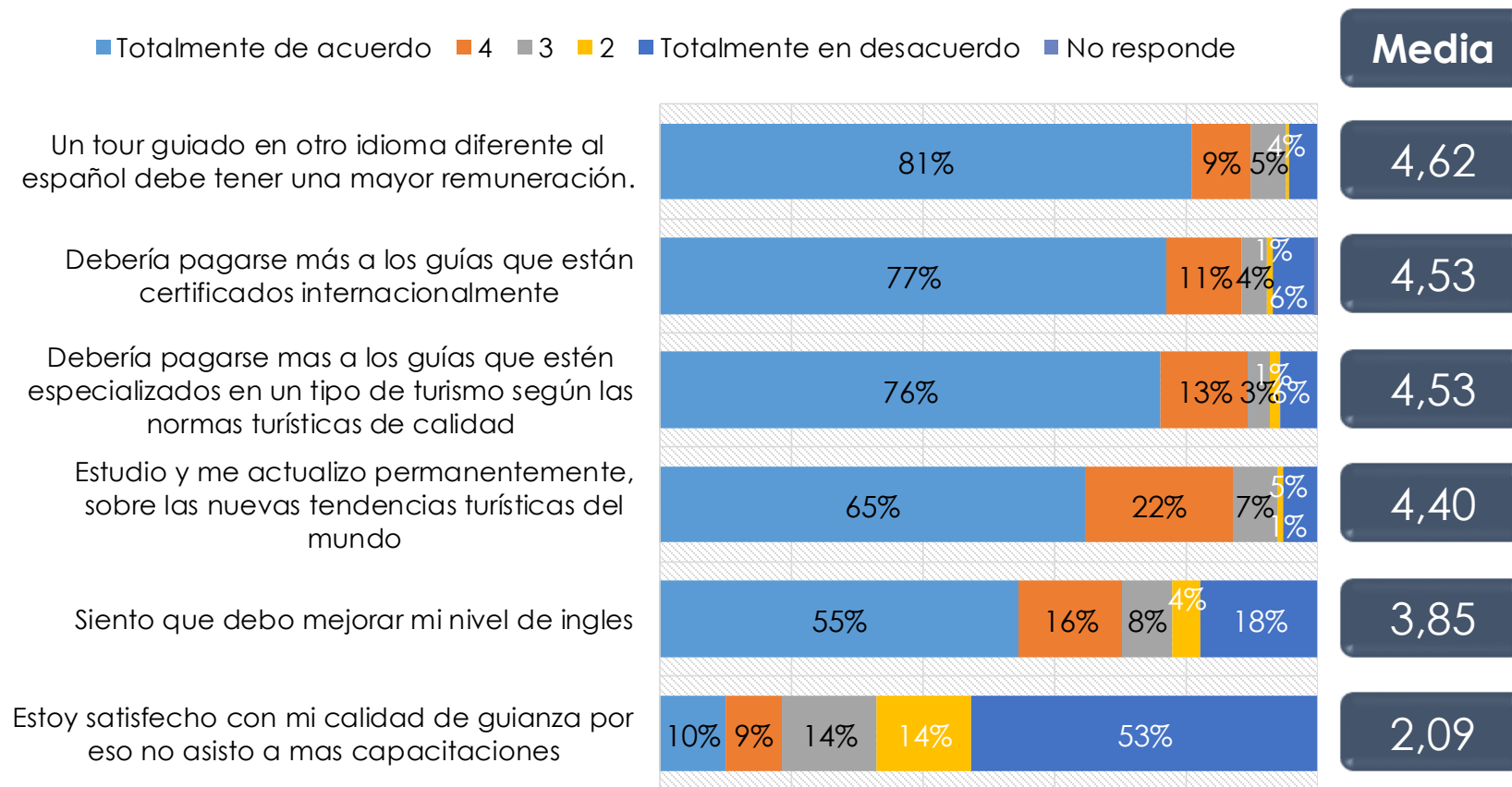
p81. En su opinión los guías de Cartagena proyectan una buena imagen del país?

■ Todos ■ Muchos ■ Algunos ■ Muy pocos



Actitud en cuanto a...

P86. En una escala de 1 a 5 donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo, que tan de acuerdo esta usted con cada una de las siguientes frases:

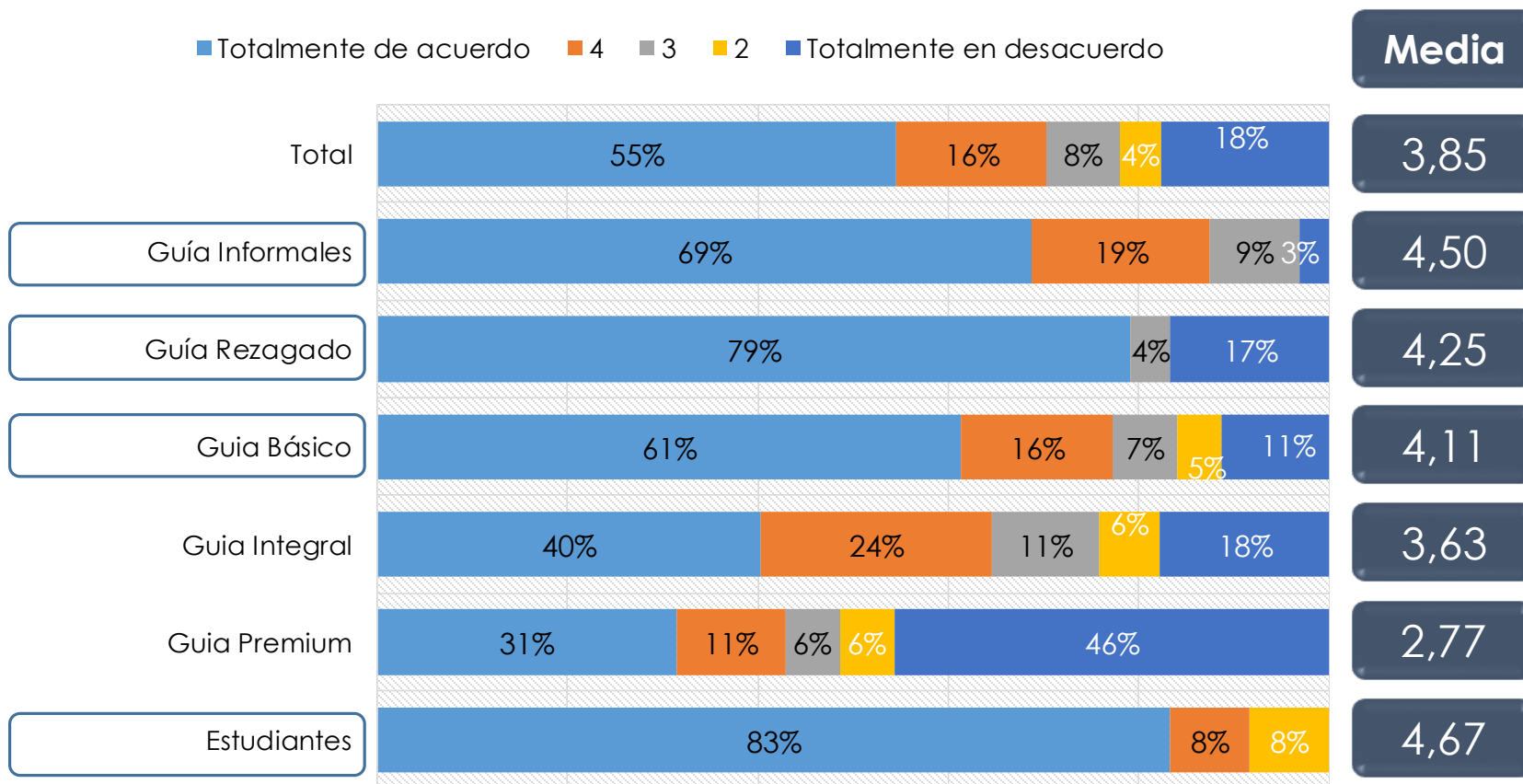


Base: 209 Guías entrevistados

Actitud en cuanto a...

P86. En una escala de 1 a 5 donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo, que tan de acuerdo esta usted con cada una de las siguientes frases:

Siento que debo mejorar mi nivel de inglés



Grado de interés de capacitarse en hablar con fluidez un idioma extranjero

87.11. ¿Qué idioma?

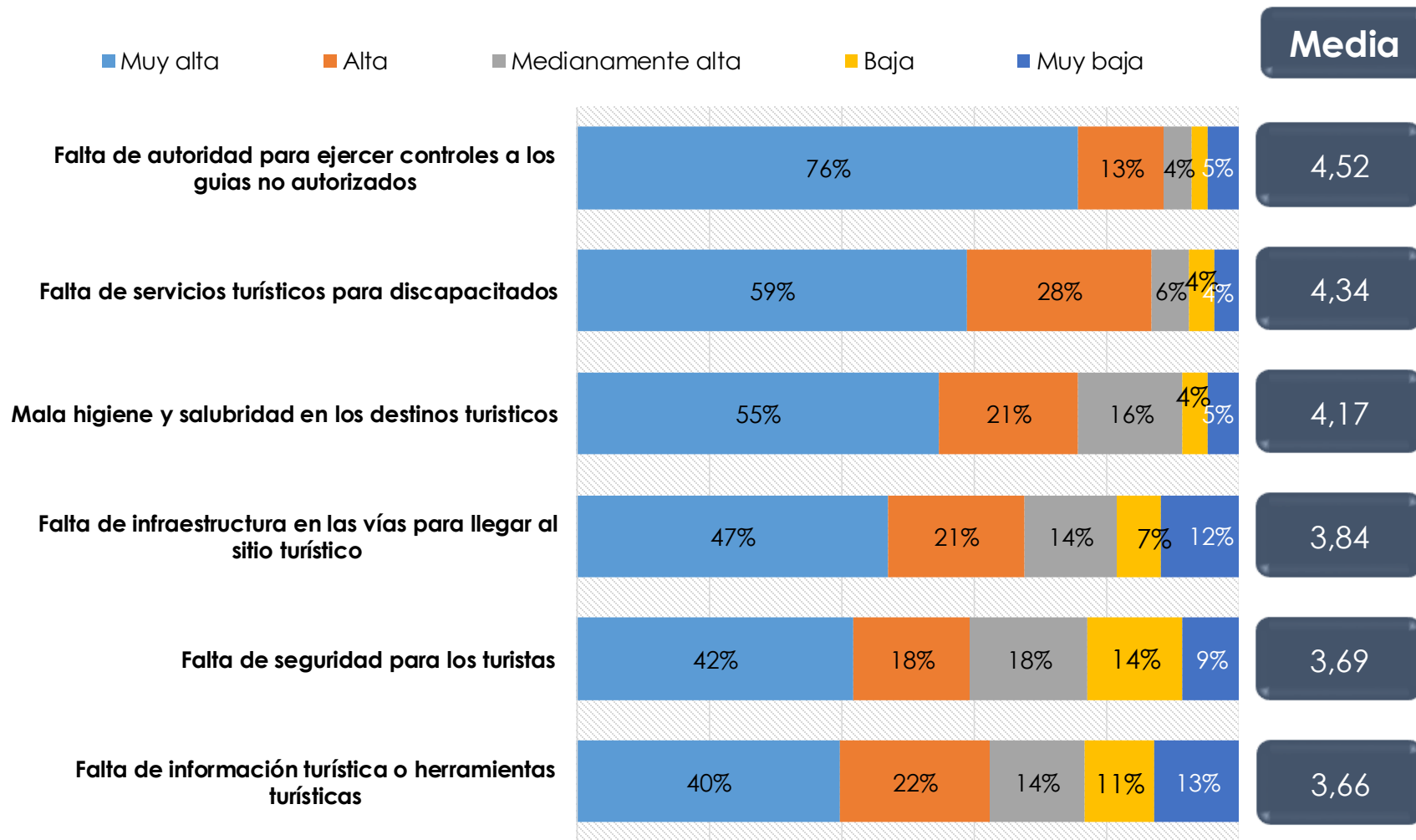
	Total	TIPO DE GUIA					Estudiantes
		Guía Informales	Guía Rezagado	Guía Básico	Guía Integral	Guía Premium	
Inglés	49%	71%	62%	69%	27%	20%	83%
Francés	31%	6%	14%	31%	49%	25%	67%
Portugués	31%	24%	33%	38%	24%	45%	-
italiano	18%	6%	14%	9%	27%	25%	17%
Alemán	13%	6%	10%	9%	17%	25%	-
Mandarín	3%	-	-	-	5%	10%	-
Español	2%	-	-	-	7%	-	-
Japonés	2%	-	-	3%	-	10%	-
Hebreo	1%	6%	-	-	-	-	-
Ruso	1%	-	-	-	-	5%	-
Holandés/Neerlandés	1%	-	-	-	2%	-	-
Base entrevistados	137	17	21	32	41	20	6



Problemas encontrados en Cartagena

Principales problemas encontrados al ejercer la guianza y nivel de frecuencia

P94. Indique los principales problemas encontrados al ejercer su actividad de guianza. Por favor califique el nivel de la problemática en una escala donde 1 es la problemática es muy baja y 5 es la problemática es muy alta



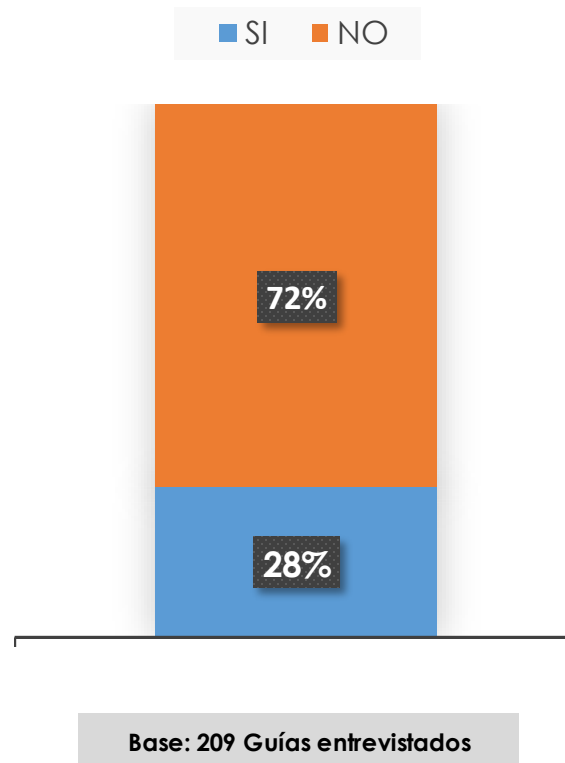
Base: 209 Guías entrevistados



Innovación

Desarrollo de nuevos productos turísticos

p95. Ha desarrollado o planea desarrollar nuevos productos turísticos?





2. IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN QUE PRESENTAN LOS GUIAS DE TURISMO Y DE LOS ASPECTOS DONDE QUE REQUIEREN ACOMPAÑAMIENTO A LAS ASOCIACIONES DE GUIAS DE TURISMO

- Necesidades de capacitación de los guías
- Tendencias del mercado de Asociaciones
 - Qué hacen las Asociaciones de guías de turismo de otros países?
- Diagnóstico de las asociaciones
 - Análisis DOFA
- Necesidades de capacitación de las asociaciones
- Principales problemas identificados por las asociaciones



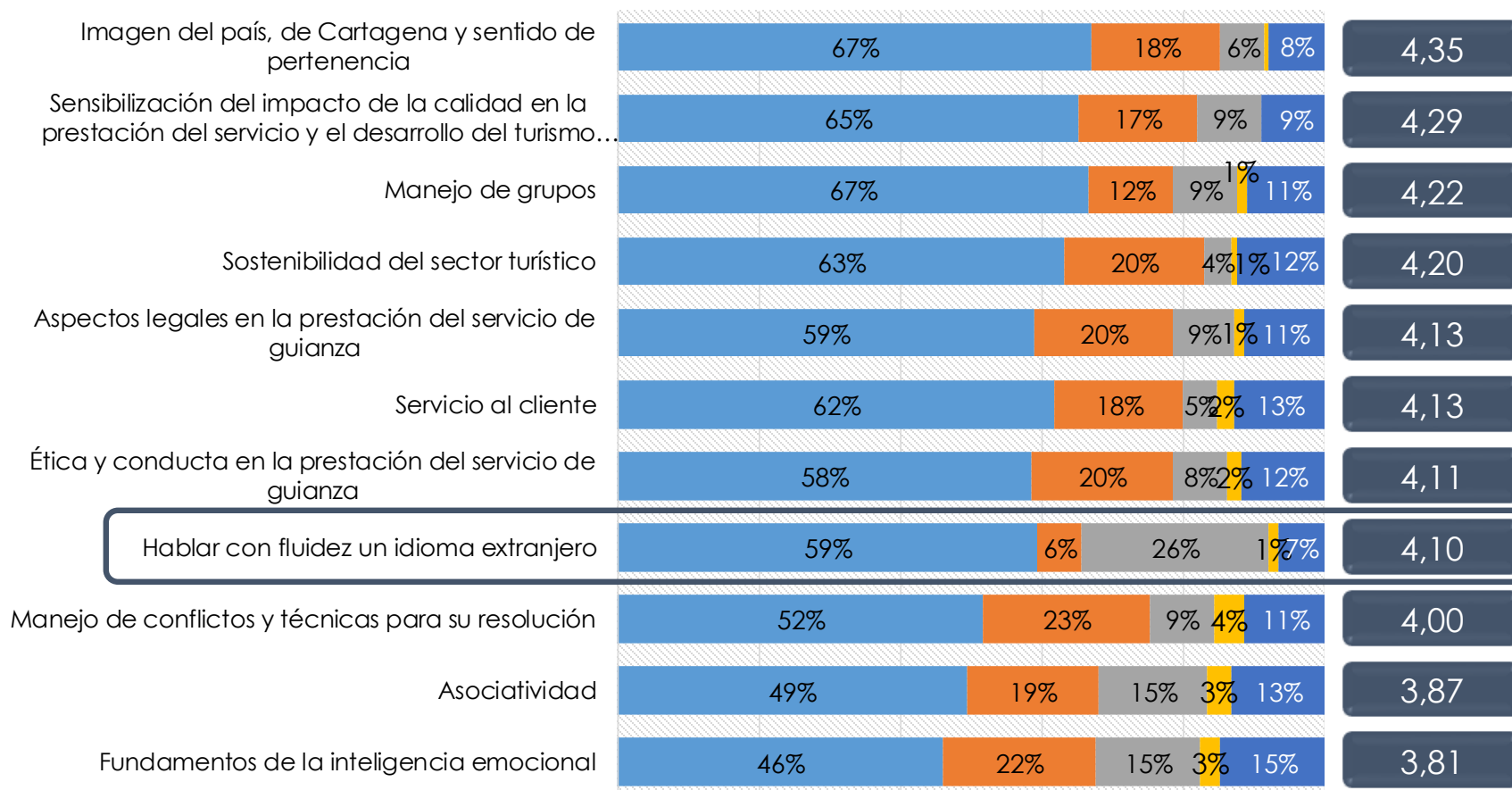
Interés de capacitación de los guías

Grado de interés de capacitarse en...

P87. En una escala de 1 a 5 donde 1 es Nada interesado y 5 es Muy interesado, por favor indique su grado de interés para capacitarse en cada uno de los siguientes temas:

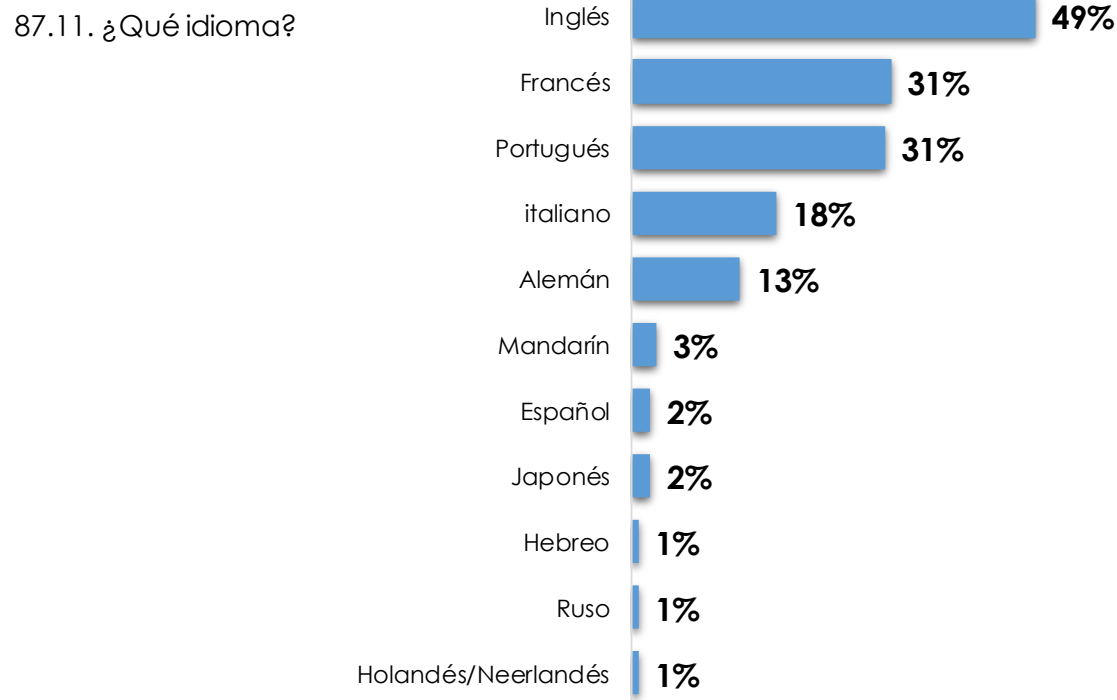
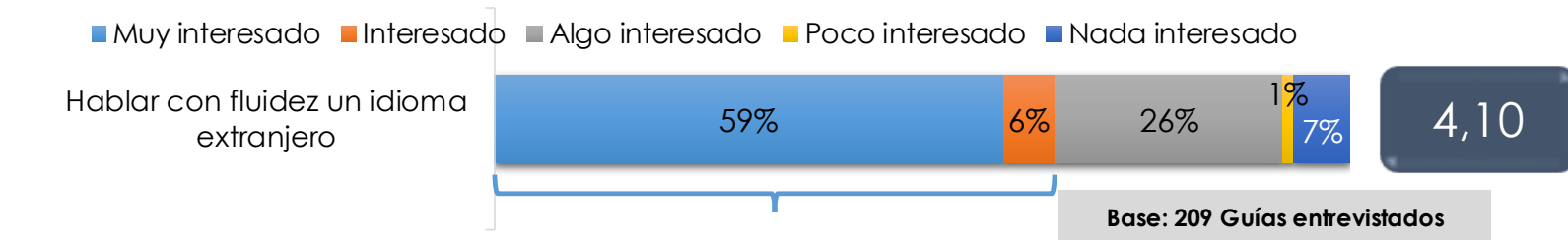
■ Muy interesado ■ Interesado ■ Algo interesado ■ Poco interesado ■ Nada interesado

Media



Grado de interés de capacitarse en hablar con fluidez un idioma extranjero

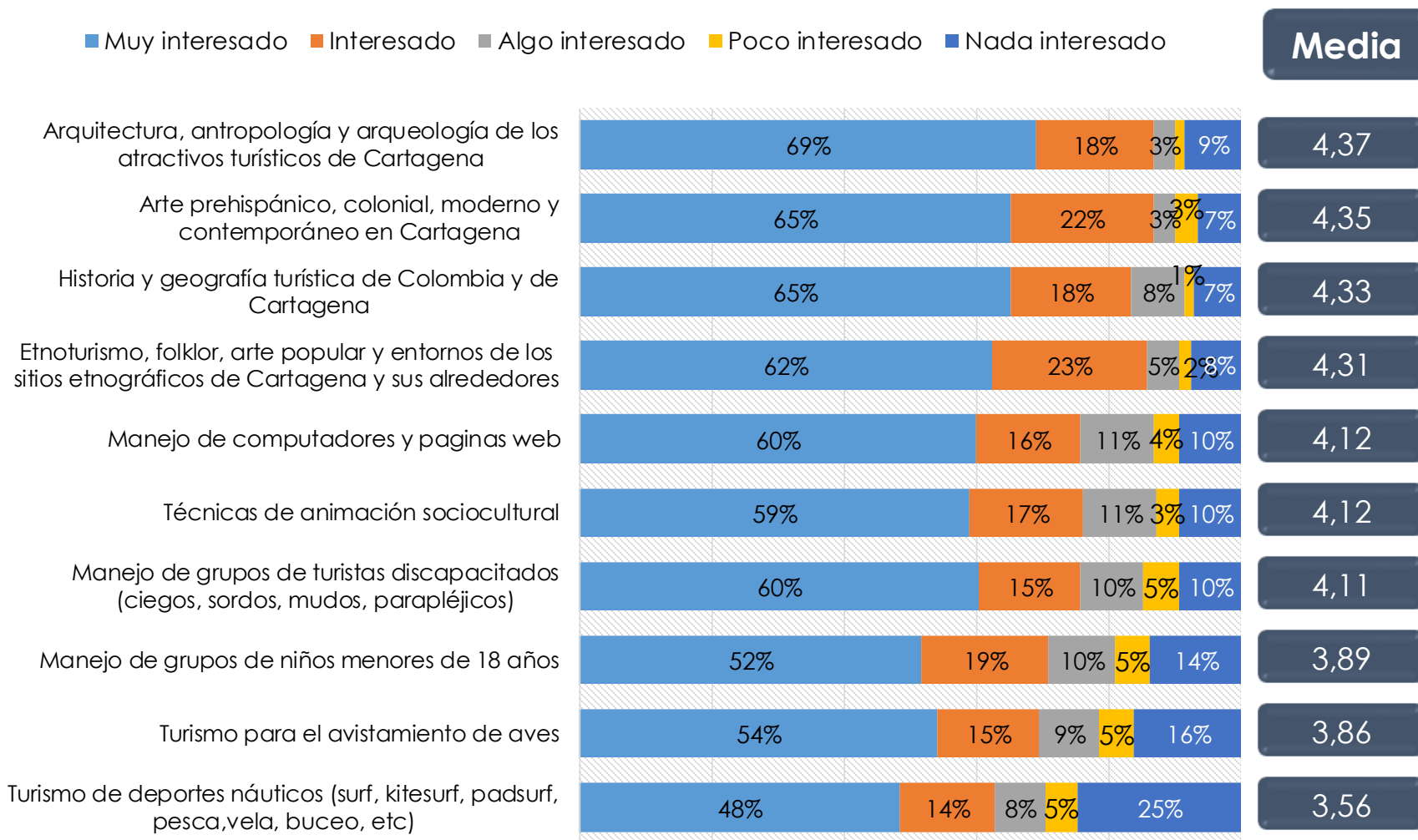
P87. En una escala de 1 a 5 donde 1 es Nada interesado y 5 es Muy interesado, por favor indique su grado de interés para capacitarse en cada uno de los siguientes temas:



Base: 137 guías entrevistados que dicen querer mejorar su fluidez en un idioma extranjero

Grado de interés de capacitarse en...

P88. En una escala de 1 a 5 donde 1 es Nada interesado y 5 es Muy interesado, por favor indique su grado de interés para capacitarse en cada uno de los siguientes temas:



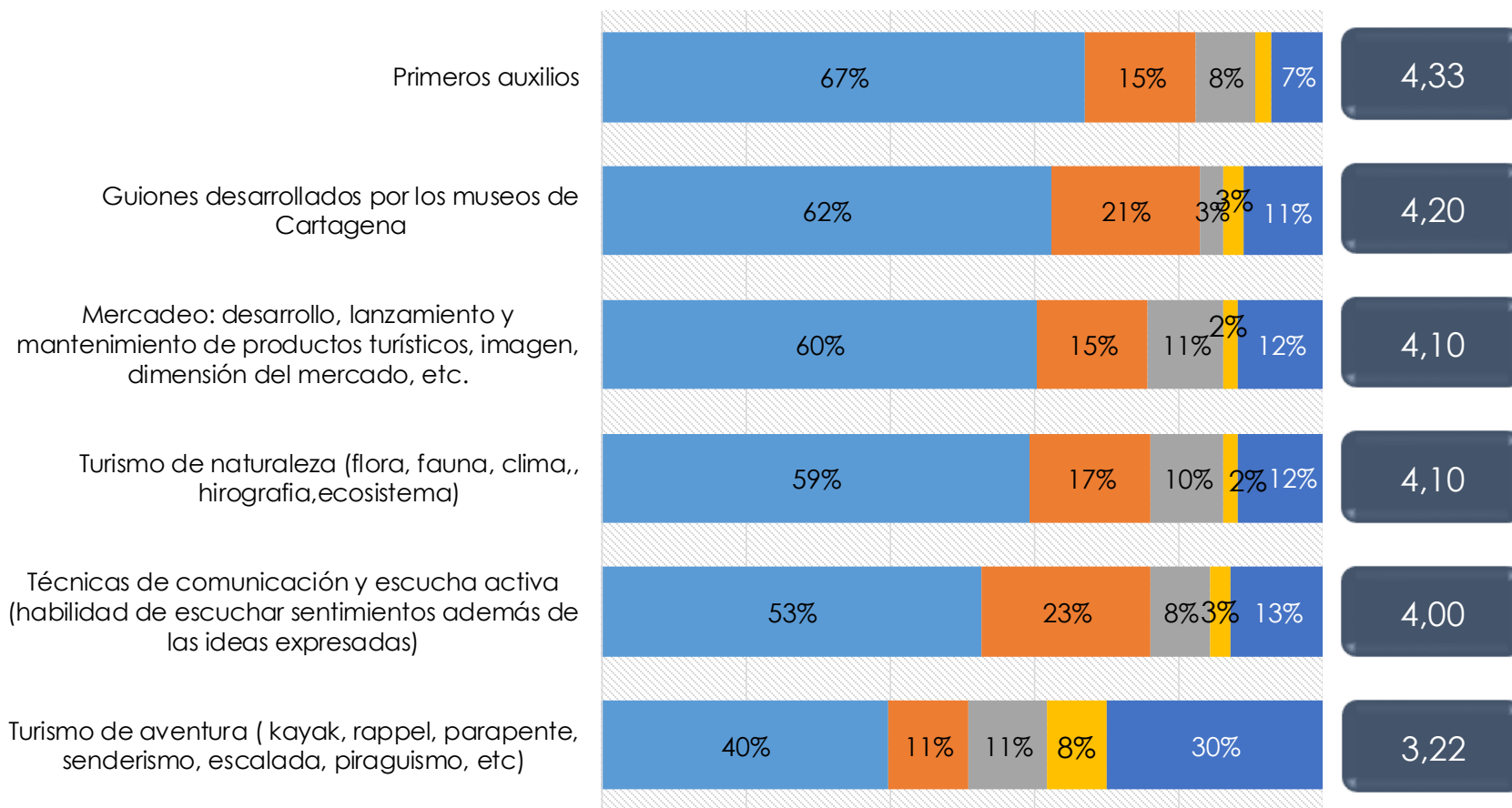
Base: 209 Guías entrevistados

Grado de interés de capacitarse en...

P89. En una escala de 1 a 5 donde 1 es Nada interesado y 5 es Muy interesado, por favor indique su grado de interés para capacitarse en cada uno de los siguientes temas:

■ Muy interesado ■ Interesado ■ Algo interesado ■ Poco interesado ■ Nada interesado

Media



Base: 209 Guías entrevistados

Cursos de mayor interés por segmento

Al guía Premium le interesa capacitarse en



Arquitectura, antropología y arqueología de los atractivos turísticos de Cartagena	4,54
Arte prehispánico, colonial, moderno y contemporáneo en Cartagena	4,51
Imagen del país, de Cartagena y sentido de pertenencia	4,46
Primeros auxilios	4,37
Etnoturismo, folklor, arte popular y entornos de los sitios etnográficos de Cartagena y sus alrededores	4,34

Al guía Integral le interesa capacitarse en

Etnoturismo, folklor, arte popular y entornos de los sitios etnográficos de Cartagena y sus alrededores	4,45
Arquitectura, antropología y arqueología de los atractivos turísticos de Cartagena	4,44
Arte prehispánico, colonial, moderno y contemporáneo en Cartagena	4,42
Sensibilización del impacto de la calidad en la prestación del servicio y el desarrollo del turismo en la ciudad	4,40
Servicio al cliente	4,39



Cursos de mayor interés por segmento

Al guía Básico le interesa capacitarse en

Primeros auxilios	4,41
Imagen del país, de Cartagena y sentido de pertenencia	4,39
Arquitectura, antropología y arqueología de los atractivos turísticos de Cartagena	4,34
Sensibilización del impacto de la calidad en la prestación del servicio y el desarrollo del turismo en la ciudad	4,27
Guiones desarrollados por los museos de Cartagena	4,27



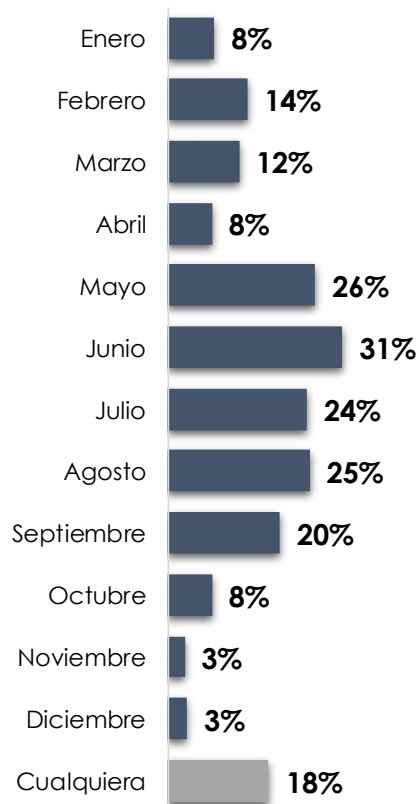
Al guía Rezagado le interesa capacitarse en

Hablar con fluidez un idioma extranjero	4,50
Manejo de grupos de turistas discapacitados (ciegos, sordos, mudos, parapléjicos)	4,00
Historia y geografía turística de Colombia y de Cartagena	3,96
Sostenibilidad del sector turístico	3,83
Arquitectura, antropología y arqueología de los atractivos turísticos de Cartagena	3,79

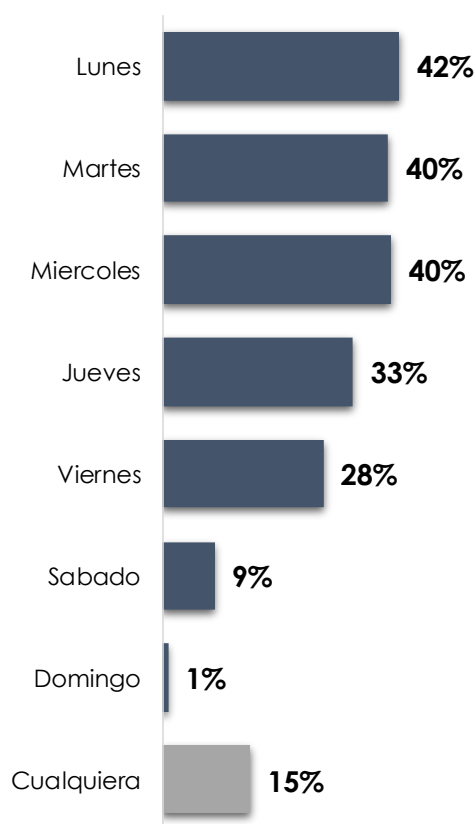


Tiempos en los que podría asistir a capacitaciones

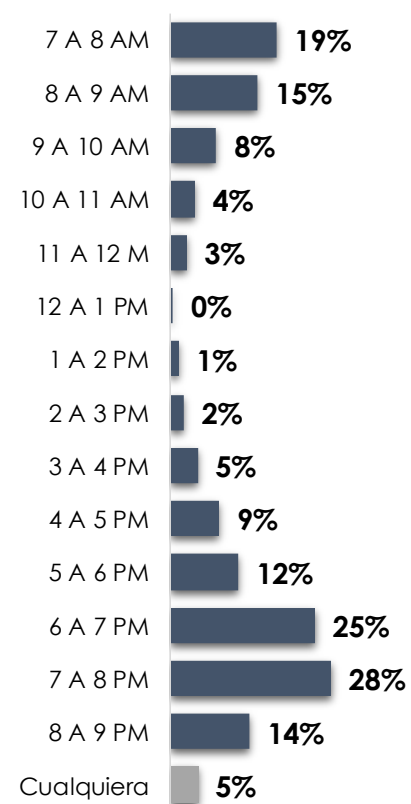
92a. ¿En que meses del año podría usted asistir a capacitación?



93b. ¿En que días de la semana podría usted asistir a capacitación?



92. ¿En que horas del día podría usted asistir a capacitación?



Base: 209 Guías entrevistados



Necesidades de capacitación de los guías

Identificación de las necesidades de capacitación para Guías

SEGÚN TENDENCIAS DEL MERCADO: Es importante que la formación de los guías se centre en 4 ejes : orientar, informar, conducir, asistir.



Identificación de las necesidades de capacitación para Guías

SEGÚN LOS CONTRATANTES: agencias de viaje, hoteles y operadores turísticos consideran que sería importante capacitarlos en:

Técnicas de guianza y comunicación

Manejo de conflictos y técnicas para su resolución

Fundamentos de la inteligencia emocional

Protocolo e imagen

Servicio al cliente

Emprendimiento



Ética y conducta en la prestación del servicio de Guianza

Capacitación en idiomas (Inglés, mandarín, alemán, portugués, ruso)

Identificación de las necesidades de capacitación de Guías

SEGÚN LOS TURISTAS:

Alta fluidez y buena dicción en idiomas

Imagen personal



Conocimiento de las diversas culturas de los turistas (tipología)

Conocimiento general sobre el turismo en Cartagena y Colombia

Conocimientos generales sobre las ubicación de sitios de interés público

Oferta de tours experienciales y dinámicos

Identificación de las necesidades de capacitación de guías

SEGUN FONTUR:

Fundamentos de inteligencia emocional asociados al servicio al cliente

Servicio al cliente

Ética y conducta en la prestación del servicio de guianza

Sostenibilidad en el sector turístico

Manejo de conflictos y técnicas para su resolución

Asociatividad

Desarrollo del turismo en la ciudad

Sensibilización del impacto de la calidad de prestación del servicio

Aspectos legales en la prestación del servicio de guianza





Tendencias del mercado de Asociaciones



ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE GUÍAS DE TURISMO – APIT – Madrid ESPAÑA

Se asegura de que los conocimientos de los guías y sus servicios sean de alta calidad.

“Los guías de APIT pueden convertir la visita en una experiencia de inmersión en la ciudad, que cobra vida a través de las palabras del guía

- Ofrecen visitas a escolares, personas con necesidades motoras o sensoriales especiales y hasta a ejecutivos. Ofrecen visitas temáticas.
- APIT mantiene un programa permanente de formación y actualización de sus miembros, en todas las temáticas.



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PROFESIONALES DEL TURISMO. AEPET.

- Dotar a los asociados de instrumentos que faciliten su desarrollo profesional.
- El papel del guía y su función relevante es hacer que el viaje se convierta en una experiencia maravillosa. No solo es explicar la historia, el arte, la cultura de los destinos visitados sino que debe transmitir las vivencias de ese destino.

Asociaciones de México



LA ASOCIACIÓN MEXICANA DE TURISMO Y ECOTURISMO:

- La visión de AMTAVE es posicionar el sector de Turismo de Aventura y Ecoturismo como un segmento reconocido dentro de las actividades turísticas del país.
- Promover a las empresas que ofrecen turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural en México. Y ofrecer cursos para Actividades en el aire, agua y tierra.

Esta asociación es el claro ejemplo del desarrollo de nuevos tipos de turismo que logran ofrecer a los turistas jóvenes experiencias fuertes y aventuras en un turismo diferente al tradicional.



AGRUPACIÓN DE GUÍAS DE TURISTAS CHOFERES Y PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS ADOLFO LÓPEZ MATEOS:

- El posicionamiento de esta asociación es dirigido al turismo de estratos altos, por lo cual se esfuerza por formar y actualizar permanente a sus asociados para lograr una excelente calidad y una buena relación precio-beneficio.
- Ofrece en asocio con la universidad intercontinental diplomados de: guía de turística general y guía turístico especializado.

Asociaciones colombianas



AGREMIACIÓN GUÍAS DE TURISMO DE CALDAS

- Misión: Representar, promover y proteger los intereses de los Guías de Turismo e Intérpretes para que sean reconocidos como profesionales.
- Ofrecer diferentes alternativas de capacitación para mejorar la calidad de los Guías e Intérpretes de nuestra región e inspirar a los que inician en este campo profesional.
- El perfil de los guías son especializados de acuerdo al tipo de tour que guían.

ASOGUÍAS:



Grupo de guías que vieron la necesidad de agruparse y capacitarse para brindar a los turistas experiencias únicas y placenteras. **Brindando un personal competente y capacitado.**

Misión: Ofrecer a todos los visitantes al departamento del Quindío y triángulo del café un servicio de acompañamiento amable y profesional en el que el turista sienta el calor de nuestra tierra, la pasión de sus habitantes.



Análisis DOFA de las asociaciones de Cartagena

Asociaciones de Cartagena

COLEGIO NACIONAL DE GUIAS DE TURISMO CARTAGENA DE INDIAS: 30 asociados- Presidente de la Asociación: Guillermo Rosales Pájaro

FORTALEZAS

Positiva gestión de recursos humanos. Apoyan con turnos a los mayores y discapacitados. Promueven que todos sus afiliados paguen seguridad social.

Actitud positiva hacia el desarrollo de nuevos productos turísticos que combinen diferentes tipos de tours.

Interés en convertirse en empresa.

DEBILIDADES

Falta planeación estratégica, no han definido su misión, visión, valores, políticas de calidad, etc.

No fomentan actividades formativas, aunque algunos guías presentan fallas en el manejo del inglés y de los guiones

Poco conocimiento del perfil del turista.

No hay gestión financiera

AMENAZAS

Si no se organizan como una empresa sólida esta asociación continuará siendo pequeña con pocos recursos.

OPORTUNIDADES

Algunos asociados tienen acciones en una empresa de transporte lo cual les permitiría desarrollar productos conjuntos.

Planean desarrollar productos para turistas en vacaciones:

Círculo de Iglesias

Jardín Botánico + Palenque

Asociaciones de Cartagena

ASOCIACION DE GUIAS DE TURISMO DE CARTAGENA DE INDIAS: 34 asociados Presidente de la asociación: Carlos Enrique Romero Martínez

FORTALEZAS

Buena planeación estratégica y Financiera.

Positiva gestión de recursos humanos, Están creando un fondo de ayuda social y respeta el programa ceda el turno para los discapacitados.

Buena Gestión de Mercadeo: Crearon la empresa VIP

DEBILIDADES

No han logrado que todos los guías asociados paguen seguridad social.

No todos sus asociados manejan adecuadamente el inglés.

AMENAZAS

Que los guías no confíen en el manejo de la nueva empresa y no se unan y los apoyen.

OPORTUNIDADES

Aumentar el número de asociados y lograr la unión de todos
Desarrollar tours religiosos, etnoturismo, capacitando guías para una conducción de alta calidad
Buscar capacitación en guiones de todos los atractivos turísticos para poder realizar guianza de calidad
Ampliar y fortalecer las alianzas con las cajas de compensación
Buscar apertura nocturna y la restauración del espectáculo de Luz y Sonido del Castillo de San Felipe y promoverlo.

Asociaciones de Cartagena

SINDICATO UNICO DE GUIAS PROFESIONALES DE TURISMO. – SINGUIPROTUR: 160 afiliados
Presidente de la asociación: Víctor Manuel Méndez Navarro

FORTALEZAS

- Está legalmente constituido (sindicato de gremio).
- Tiene el mayor número de guías afiliados.
- Ha realizado una buena gestión humana. Luchan para lograr que el gobierno ampare los guías mayores que no tuvieron oportunidad de cotizar pensión.
- Defiende el sistema de "reemplazo", para los mayores y para los que no hablan el idioma.
- Han trabajado para asegurar una rotación efectiva y justa para los guías independientes.

DEBILIDADES

Sus afiliados manifiestan falta de interés en capacitaciones, porque no han visto beneficios económicos.

Encuentra muchos frenos para poder cumplir y poner en prácticas los objetivos del sindicato.

No hay credibilidad en que las acciones para incrementar la calidad de los guías sean puestas en marcha por parte de las agencias.

AMENAZAS

Nuevas agencias, disminuyen el volumen de trabajo para los guías independientes

Las agencias contratan guías informales por una tarifa menor, y violan los acuerdos.

OPORTUNIDADES

Desarrollar tours atractivos con posicionamientos diferentes, que compitan con los que ofrecen las agencias.

Trabajar para lograr que en el puerto pueda contar con puestos de venta organizados, con publicidad atractiva.

Buscar que el gobierno de un plazo para que los guías informales legalicen su situación y después impida que estos trabajen.

Asociaciones de Cartagena

CORPORACION COLOMBIANA DE GUIAS DE TURISTAS -CORPOTOUR: 30 guías asociados
Presidente de la asociación: Roque Vergara Meléndez

FORTALEZAS

- La mayoría de sus guías son universitarios y manejan bien el inglés y varios de ellos hablan hasta 5 idiomas.
- Es reconocida esta asociación por los logros anteriores.
- Interés por capacitación en idiomas

DEBILIDADES

Está inactiva, esperando que todas se unan y conformen una sola asociación.

AMENAZAS

El no respeto de las reglas para la rotación.

OPORTUNIDADES

Apoyar la unidad del gremio.

Reactivarse y desarrollar la planeación estratégica, la de gestión humana, financiera, de mercadeo, etc.

Asociaciones de Cartagena

ASOCIACION DE GUIAS DEL PATRIMONIO HISTORICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS
"AGUIPHIC": Más de 100 asociados. Presidente de la asociación Abelardo Urruchurtu Sánchez

FORTALEZAS

- Están legalmente constituidos y su presidente es muy activo.
- Los asociados tienen muchos años de experiencia.

DEBILIDADES

No hay evidencia que esta Asociación tenga una claridad o especial interés en las áreas financieras o de mercadeo .

Se nota falta de interés en capacitaciones, solo se interesarían si les representa un aumento en la remuneración .

Los asociados no tienen buen nivel de inglés.

AMENAZAS

Las ideas de nuevas empresas, con nuevos productos, los consideran competencia desleal.

La informalidad del turismo y la falta de control por parte de las autoridades.

OPORTUNIDADES

Plantearle la posibilidad de desarrollar una empresa operadora turística, que sostenga la asociación y ofrezca más oportunidades de trabajo a los afiliados.

Buscar el apoyo a nivel de capacitación sobre los temas necesarios para el emprendimiento y desarrollo de la empresa.

Asociaciones de Cartagena

GUIAS CONDUCTORES PROFESIONALES DE TURISMO- CONPROTUR: 45 asociados Presidente de la asociación: : Heinner Urruchurtu Rada

FORTALEZAS

- Están incrementando el capital, mediante cuotas de los afiliados.
- Han establecido tarifas para sus servicios y son costos bajos competitivos.
- Buscan conocer al turista, sus preferencias y orientar el tour hacia estos.
- Durante el trayecto venden otros tours o servicios de guianza que el turista no haya contratado.

DEBILIDADES

- No hay una buena planeación estratégica.
- No gestión de recursos humanos. Desconocen cuántos de sus afiliados pagan o no seguridad social.
- Sienten que están al final de la cadena en la SRPC y solo les asignan lo que ni guías, ni taxis quisieron.
- Algunos de sus miembros tienen un manejo del inglés muy básico. Y le faltan relaciones humanas.
- Algunos de sus afiliados unen los grupos, para ahorrar transporte.

AMENAZAS

La empresa VIP disminuye su oportunidad de trabajo.

Sienten que el gobierno y la SRPC no quieren indemnizarlos ni dejarlos trabajar en el puerto.

La SRPC permite que guías sin el idioma conduzca grupos de turistas extranjeros que no hablan español.

Los guías informales que no controlan las autoridades.

OPORTUNIDADES

Convertirse en empresa de transporte, o de turismo, que les permita realizar contratos con hoteles.

Desarrollo de los tour Country Sightseeing, para ofrecer visitas a municipios cercanos a Cartagena.

Asociaciones de Cartagena

ASOCIACION DE GUIAS DEL CASTILLO DE SAN FELIPE: 12 asociados Presidente de la asociación: Carmen Consuelo García Galeano

FORTALEZAS

- Estar legalmente constituida, con unos objetivos estratégicos claros
- Contar con un grupo de guías muy capacitados, con buen manejo del inglés y otro idioma.
- Muestran interés en buscar nuevos mercados y en nuevas capacitaciones

DEBILIDADES

- Los recursos financieros apenas alcanzan para cubrir sus gastos.

AMENAZAS

La informalidad del turismo en Cartagena y la falta de control por parte de las autoridades.

La utilización de audio guías, por parte de algunas empresas privadas

OPORTUNIDADES

Buscar que el gobierno dé un plazo para que los guías informales legalicen su situación y controle a las agencias para que éstas no los contraten.

Especializar a todos sus guías en los guiones del atractivo, incluyendo temas de arquitectura, ingeniería civil y naval, antropología, historia.

Desarrollar medios didácticos y contribuir al mantenimiento del patrimonio, con el fin de aproximar al visitante a la temática específica y la apropiación de la misma.

Asociaciones de Cartagena

ASOCIACION DE GUIAS DE TURISMO INDEPENDIENTES DEL CASTILLO DE SAN FELIPE DE BARAJAS: 12 asociados- Presidente de la asociación: Samuel Guardo Rivera

FORTALEZAS

- Estar legalmente constituida
- Contar con guías que dominan los diferentes idiomas.
- Interés porque todos sus miembros manejen el inglés, francés y portugués.
- Adecuado conocimiento del perfil de sus asociados.
- Claridad en la misión, visión, objetivos y valores.

DEBILIDADES

- Falta de entendimiento con los otros guías que trabajan en el castillo
- No se cumplen los objetivos planteados en el objeto social de la agremiación.
- No hay gestión financiera
- No todos los asociados manejan el inglés.
- No hay persona especializada en la gestión del recurso humano
- No hay gestión de mercadeo

AMENAZAS

Proliferación de audio guías en varios idiomas y con información completa de diversas áreas relacionadas con el atractivo. (Historia, Arquitectura, Restauración, Estrategias navales de la época, etc.)

Consideran la competitividad como una amenaza y no como una oportunidad.

OPORTUNIDADES

- Realizar alianzas, con las empresas aéreas, agencias de viajes, para que al vender el tiquete o paquete turístico, incluyan la visita guiada al Castillo de San Felipe.
- Desarrollar una página web, para promover las visitas guiadas a este atractivo.

Asociaciones de Cartagena

ASOCIACION DE GUIAS DE TURISMO DEL PALACIO DE LA INQUISICION- ASOQUIPAL: 12 asociados –Presidente de la asociación: Ángel Eduardo Ruiz Salina

FORTALEZAS

- Son conscientes que requieren capacitación tanto sobre el atractivo, como sobre temas de asociatividad, liderazgo, administración, mercadeo. Y especialmente en Idiomas.
- Conocen el perfil de los turistas y lo que buscan en el atractivo.
- Estimular la auto-capacitación sobre la historia de la iglesia.

DEBILIDADES

- No se visualiza planeación estratégica, su único objetivo se centra en defenderse con recursos legales de la Administración del atractivo que les exige ajustarse al guion desarrollado por el museo y presentar un examen.
- La gestión humana se limita a permitir reemplazos por enfermedad o incapacidad o vejez.
- No hay gestión financiera. No hay gestión de marketing.

AMENAZAS

Ayudas didácticas que se colocaron en el museo.

Exigencia del museo de exámenes para probar su eficiencia.

OPORTUNIDADES

- Especializarse en el guion del museo y cumplir lo que exige la norma. Exigir esta especialización a quien desea ser guía en el museo.
- Incluir en el precio de la entrada el servicio de guianza.
- Ofrecer el servicio de guianza en otros idiomas, con un costo diferente al del guía en español.
- Poder presentar los exámenes en forma oral y práctica realizando una visita guiada.

Asociaciones de Cartagena

VIP CARTAGENA TOUR S.A.S 200 acciones - actualmente 64 miembros

Representante Legal primer asesor comité ejecutivo: Dilson de la Rosa Ahumada

FORTALEZAS

- Su empresa disminuye el problema de movilidad transportando los turistas en catamaranes hasta el muelle de la bodeguita.
- Tiene buen manejo financiero, con recaudo de cuotas de afiliación y venta de acciones.
- Buscar la unidad del gremio.
- Compromiso con el operador de utilizar guías que manejen el idioma requerido.
- Convenios con City Sightseeing y Comfenalco para manejo de tours guiados.
- Buen conocimiento de las tendencias del turismo y del perfil del turista que visita Cartagena.
- Intercambio de servicios con el gobierno, guianza gratuita a los estudiantes de escuelas públicas a cambio de un aporte para ayuda a los guías discapacitados, que se tomaría del costo de la entrada al atractivo.

AMENAZAS

Al abrirse Cuba como un destino turístico, competiría fuertemente con Cartagena en el turismo histórico y en el de sol y playa.

Oposición de los guías independientes, que sienten que les disminuye sus oportunidades de trabajo.

OPORTUNIDADES

- Desarrollo de la página web para captar clientes.
- Buscar que incluya la guianza o la audio guía en el valor de la entrada a los atractivos.
- Desarrollo de nuevos productos, de turismo religioso, de naturaleza y náutico. Productos para tour en épocas de lluvia, trencitos nocturnos, etc.
- Aprovechar el convenio suscrito entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas CDM – Propais –
- Buscar el apoyo de Innpulsa.



Necesidades de capacitación de las asociaciones

Identificación de las necesidades según...

TENDENCIA DEL MERCADO:

- Otorgan gran relevancia a:
- Capacitación
- Actualización
- Certificación de los guías
- Defender los derechos
- Que los guías sean calificados con alta calidad



ASOCIACIONES DE CARTAGENA:

- Creación de nuevos productos
- Emprendimiento
- Liderazgo
- Estrategias para el mejoramiento de la competitividad
- Diseño e implementación de la planeación estratégica
- Conocimiento de los mercados
- Gestión de la calidad turística, financiera
- Sostenibilidad
- Asociatividad
- Idiomas (inglés, francés, alemán, portugués, italiano)



Identificación de las necesidades según...

FONTUR:

- Mejoramiento de la competitividad.
- Planeación estratégica.
- Organización y gestión del Talento Humano.
- Mercados Objetivo y caracterización de la tipología de los turistas.
- Gestión de la Calidad Turística.
- Gestión Financiera.
- Sostenibilidad y Asociatividad



Programa de coaching para las 7 Asociaciones, mínimo de 30 horas, que enfatice en aspectos de liderazgo, ética y valores para cada uno de los líderes de las asociaciones de guías de turismo de Cartagena

Problemas encontrados por las Asociaciones de Cartagena



- Las asociaciones encuentran en la SRPC una actitud negativa hacia ellos, porque:

- No los indemnizaron al asumir la administración del puerto.
- Las condiciones no son adecuadas porque:
 - En el sitio de espera de los turistas independientes hay excesivo calor y no buena protección de la lluvia.
- Se oponen a su sistema de reemplazo o “cede el turno”.
- Hay falta de transparencia del coordinador para el manejo de sus sistemas de rotación.
- Permitir venta de joyas en el puerto.
- Impedir que ellos puedan ofrecer sus servicios directamente a los turistas independientes, no les permiten espacios, ni casetas.

Las asociaciones solicitan que el gobierno dé un plazo para que los guías informales legalicen su situación y después impida que éstos trabajen si no se han capacitado. Igualmente el gobierno debe controlar a las agencias para que éstas no los contraten.



3. INFORME DE CARACTERIZACIÓN DE LOS SEGMENTOS DEL MERCADO DE TOURS DE CRUCEROS, VACACIONAL Y EVENTOS Y CONVENCIONES

- Oferta de tours guiados en Cartagena
- Caracterización de los tours de:
 - Cruceros
 - Vacacional
 - Eventos y Convenciones
 - Filantrópicos
- Atractivos turísticos
- Mystery Shoppers

Principales Tours guiados ofrecidos en Cartagena

Histórico Cultural

Incluyen guía

City Tour
Walking Tour
Circuito de museos y monumentos
Tour de García Márquez
Tour arquitectónico por Cartagena
Tour náutico y de fortificaciones

No incluye guía

City tour carroza de caballos
City Tour por el aire

Sol y Playa

Incluyen guía

Tour islas del Rosario
Día de pesca artesanal en la boquilla

No incluye guía

Tour de aventura o deportes náuticos: Snorkel o Careteo
Buceo a pulmón y kayak
Excursión en el mar para pesca deportiva

Tour de Naturaleza o ecológicos

Incluyen guía

Tour Manglares
Volcán del totumo
Jardín Botánico
Parque natural de Los Colorados
Aviario nacional

No incluye guía

Ninguno

Rumba y folklor

Incluyen guía

Chiva rumbera
Tour de baile o recorrido tradicional de danza
Tour vida nocturna

No incluye guía

Ninguno

Principales Tours guiados ofrecidos en Cartagena

Tour Gastronómico

Incluyen guía

Catación de café
Clases de cocina
Comida callejera
Aventura en el Mercado de Bazurto
Taller Artesanal del Coco

No incluye guía

Ninguno

Tours de Arte

Incluyen guía

Explorar Getsemaní (taller de los artesanos)
Haga su propia Joya

No incluye guía

Cartagena Foto Tour

Tours Etnográficos

Incluyen guía

Tour a San Basilio de Palenque
Aventura Arqueológica y Cultural /
Museo EtnoArqueológico

No incluye guía

Ninguno

Filantropicos

Incluyen guía

Tour de Cartagena Insider de FEM:
En tu salsa
Ruta champeta
Drum safari
Tour del azúcar
Ruta de los oficios
África en América
Resguardo mayor indígena de San Andrés de Sotavento
Uno en un millón
Gimani Calamary (Fundación Tu Cultura)
Fundación Granito de Paz

Tour Shore excursion

Incluyen guía

Los tours shore excursion son la combinación de los City Tours con otros Tours de diversos tipos.

Perfil de los tours guiados ofrecidos en Cartagena



Los Tours para cruceristas destacan las siguientes características:

- Son cortos en duración.
- Están enfocados en el turismo Histórico-Cultural, porque este turismo está considerado como lo más importante de Cartagena.
- Tiene como base un “city tour panorámico” o un “walking tour, con la mezcla de otros tours como chiva rumbera, manglares, visita a monumentos.
- Los tours tienen muchos nombres diferentes, pero el contenido es muy parecido.
- Son en su mayoría tours informativos y poco experienciales.
- Se ve una falta de innovación y creatividad en los tours ofrecidos.
- Poco reflejan la tendencia mundial hacia turismo de experiencias.
- Falta una oferta dirigida en las nuevas tendencias en el turismo de crucero: gente más joven, de estratos más bajos y múltiples culturas.



Perfil de los tours guiados ofrecidos en Cartagena

Los Tours vacacionales y de incentivos:



- Contratan tours a través de Páginas web, en los hoteles, en los puntos de venta de los atractivos turísticos, en la calle o en la playa
- Es una oferta mucho más amplia que refleja el perfil del turista vacacional:
 - Dispone de más tiempo para conocer atractivos.
 - Desea tener experiencias diferentes a la información Histórico-Cultural.
 - Es más sofisticado (Extranjero)
 - El turista latino quiere incluir rumba en sus tours.



Turismo VIP:

- Turistas extranjeros de estratos altos, contratan tours desde el exterior como parte de su paquete de viaje.
- Buscan programas con unos estándares de calidad muy altos
- Desean vivir experiencias muy particulares
- Exigen tours privados o acompañamientos
- Toman varios tours de acuerdo a sus intereses

Perfil de los tours guiados ofrecidos en Cartagena



• Tours vivenciales y filantrópicos

- Se empieza a observar entre los guías informales capacitados y las fundaciones una oferta de tours más vivenciales y acordes a las nuevas tendencias del mercado: que permiten vivir experiencias en los cuales el “turista es más actor que espectador”.
- Con baja frecuencia se ofrecen tours que además de permitir vivenciar la cultura, también son filantrópicos, colaboran con las comunidades vulnerables de la ciudad. Como son:
 - Mercado de Bazurto,
 - Gastronomía callejera
 - Visita a Palenque
 - Tour de tambores en la boquilla
 - Cata de café
 - Tour del azúcar
 - La pesca con nativos
 - Gastronomía local, preparación y consumo de cocteles con ron blanco y degustación de platos cartageneros.

Perfil de los tours guiados ofrecidos en Cartagena

Los tours de Congresos y eventos:



- Son traslados y tours cortos que se incluyen como actividad del congreso.
- Para extranjeros se ofrece el tour Histórico Cultural, lo esencial de Cartagena.
- A los acompañantes, se ofrecen los tours del segmento vacacional.



En eventos, los turistas.

- No disponen de mucho tiempo
- Exigen tours de muy alta calidad, con guías que hablen bien el idioma extranjero y con grandes conocimientos de historia.
- Se prefieren historiadores a guías.

Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos, y especialmente los museos, requieren guías especializados



Se desea que los guías tengan conocimientos en historia, arqueología, arquitectura, arte, según la norma técnica Sectorial GT008 de Icontec.

Los atractivos turísticos tienen muchos problemas con los guías porque:

- La mayoría solo tiene estudios técnicos, rechazan aprenderse los guiones
- No aceptan someterse a pruebas que demuestren la idoneidad
- Solo basan su guianza en las historias de la inquisición

Los guías del Museo Histórico/Palacio de la Inquisición sienten que el museo ha eliminado todos los objetos históricos de esa época y que los turistas se sienten defraudados al no encontrar elementos al respecto.

Según los administradores de los museos, los guías dan prioridad a las compras sobre la parte histórica.

En muchos atractivos, los guías en su afán de capturar el servicio de guianza, generan peleas entre sí por el cliente.

En el Castillo de San Felipe, lugar en el cual la administración les dio a las asociaciones un cubículo para vender el servicio de guianza, han logrado disminuir las peleas.



Mystery Shopper



Mystery Shopper

1. COMIDA CALLEJERA (STREET FOOD)

Fortalezas

- Publicación atractiva en la página web.
- El guía conoce el perfil de los turistas: Personas interesadas en aspectos típicos de la cultura local
- Excelente manejo de inglés
- El plus del tour es sentirlo “natural”, **de un amigo que te llevaba por las calles, para contarte un poco de historia.**
- La descripción de la comida, su origen fue excelente.
- Se Incluyeron datos históricos interesantes y correctos de la cultura
- Es un tour muy didáctico
- Orgullo y entusiasmo que proyecta la guía sobre Cartagena.
- El tono y el manejo del grupo fueron pertinentes.
- La guía pagó todo abiertamente en frente de todos.

Debilidades: En algunos puntos falta más higiene.



Mystery Shopper

2. SHORE EXCURSIÓN CIUDAD HISTÓRICA CON COMPRA (AVIATUR)

Fortalezas

- Excelente manejo del inglés.
- Adecuado manejo del grupo.
- Explicaciones claras y profundas
- Amable y mostró respeto por los turistas.
- No presiona la compra.



Debilidades

- Al ser un grupo de 40 personas le es imposible detectar las necesidades e intereses de los turistas
- El centro comercial (Pierino Gallo) es un lugar anticuado
- El recorrido muy lento por el tráfico pesado.
- No se cumplió con la visita al Castillo de San Felipe, por falta de tiempo.
- No involucra al turista en experiencias



Mystery Shopper

3. SHORE EXCURSIÓN CIUDAD HISTÓRICA SIN COMPRAS(AVIATUR)

Fortalezas

- Brinda instrucciones claras de seguridad,
- Siempre estipula el tiempos en cada estación
- Al final del tour solicitó propina sin presionar a nadie.
- Su inglés es muy bueno, se expresa bien y entiende preguntas.



Debilidades

- Por falta de tiempo debido al tráfico pesado, el tiempo de visita del Museo del Oro fue corto.
- No brinda información sobre las colecciones y exposiciones del Museo de Oro, así como de su contexto.
- Aunque comprende adecuadamente las preguntas, no parece muy interesado en responder ...
- No es un tour experiencial es solo informativo.



Se pregunta al guía: cuándo vale la gasolina y, después de hacer una consulta rápida con el conductor, dice 4.5 dólares, lo que no es correcto. Hoy día el costo es de menos de 3 dólares

Mystery Shopper

4. TOUR CITY INSIDER (FEM TOUR DEL AZÚCAR)

Fortalezas

- El guía explora los intereses y necesidades del turista.
- Aunque el tour era del proceso artesanal del azúcar para fabricar caramelos y dulces, los guías brindaron un tour paralelo de la historia de la ciudad.
- El guía solo hablaba español pero iba acompañado de un traductor que manejó bien el inglés y respondía preguntas.
- El turista sintió que fue una experiencia atractiva, por las degustaciones.
- El turista siente como si estuviera de plan de amigos
- Se evidencia una relación de profesionalismo entre el guía y traductor.



“Yo si sentía que me dieron un 2 por 1 en el tour porque además de los dulces, los guías explican los barrios y la historia de Cartagena”

Debilidades

- No brindaron “un itinerario”, no indican los tiempos de duración de cada visita.
- Aunque se visita la empresa Swikar, no se llega a tiempo para la demostración del proceso artesanal del azúcar, parte importante del tour.
- No se brinda la información sobre las facilidades del tour (baños).
- No se tratan temas de seguridad, riesgos ambientales etc.
- Cuando se compra el tour indican que la duración es de 3 horas, pero su duración fue 1 hora y 45 minutos
- Se enfocaron más en la historia de la ciudad que en el objetivo del tour.

Mystery Shopper

5. TOUR ISLA DEL ROSARIO. ISLA DE ENCANTO

Fortalezas

- La información brindada fue clara y precisa sobre las ubicaciones del baño, Spa.
- El guía conoce y maneja de todas las áreas de la isla
- Se realizó una presentación tanto en inglés como español de las actividades.
- En el transcurso de la lancha brindan información como la historia de las islas “por los piratas”
- Cuando se realiza la recepción el operador “islas de Encanto” envía un E-mail donde da el itinerario de actividades, las cuales se cumplieron a cabalidad.
- El guía verificó el uso de los chalecos salvavidas.



Debilidades

- Falta instrucciones de seguridad o instrucciones para casos de accidentes en el transcurso de la navegación para llegar a la isla. *“No se indica qué realizar en caso de emergencia”*



Mystery Shopper

6. TOURS GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ:

Fortalezas

- La guía conoce el perfil e intereses del turista
- Cumple con lo ofrecido en la página web
- Cumplió con los horarios de tours.
- Presenta un gran manejo y conocimientos de los temas
- El tour es una experiencia para la gente que ha leído García Márquez y que se interesa por su vida.
- La guía presenta un gran interés y entusiasmo.
- La guía dio mucha información sobre la historia de Cartagena
- Es una excelente representación de la mujer cartagenera afro-colombiana: sofisticada, culta, orgullosa de sus raíces
- Al final del tour se interesó por la opinión del turista.

Debilidades

- Falta de ayudas audiovisuales
- La Corporación de Turismo debería colocar una serie de placas para mostrar dónde vivió y trabajó Gabriel García Márquez. Y placas diferentes para los lugares “ficticios” que incluyó en sus libros.
- La Corporación también puede hacer un folleto “La Cartagena de García Márquez”



Mystery Shopper

7. TOUR SHORE EXCURSIÓN MANGLARES Y CIUDAD HISTÓRICA (MACONDO)

Fortalezas

- Amabilidad, paciencia, actitud alegre del guía.
- Al iniciar el tour se dio explicación de los recorridos el cual se cumplió.
- El guía demuestra buen conocimiento histórico sobre Cartagena y flora y fauna de manglares.
- Buen manejo del grupo
- Adecuado manejo del tiempo.



Debilidades

- El dominio del inglés del guía era regular y no siempre se le entendía.
- Baja calidad de animador (en inglés)
- Faltó Integración y participación del grupo
- En los manglares no hubo una advertencia previa de los riesgos.
- Todo el tiempo se sentía la urgencia de cumplir con los tiempos.
- No se presentaron las instalaciones (baños) de los lugares visitados.



Mystery Shopper

8. WALKING TOUR CENTRO HISTÓRICO

Fortalezas

- Guía Amable.
- Presentación adecuada.
- Guía local (conocía y saludaba mucha gente en la calle, lo que es simpático)
- A veces se pudo sentir su sentido de pertenencia al caribe (negro).
- Hubo referencias frecuentes a la explotación de los esclavos negros, mostraba las mujeres palenqueras con sus frutas.



Debilidades

- Su manejo de inglés era muy deficiente y lejos de ser adecuado, no entendía las preguntas. Y mezclaba el inglés con algunas palabras en español.
- No se interesó por las necesidades del turista
- Lo llevó a sitios como la tienda de esmeraldas, sin avisar
- Daba la impresión que tenía un recorrido más o menos definido pero que lo iba recortando porque el precio del tour era bajo.
- Era un tour muy incompleto superficial
- Miró su reloj con frecuencia,

Mystery Shopper

9. TOUR DE PALENQUE (GUÍA INDEPENDIENTE)

Fortalezas

- El guía era amable y conversador, atento al turista
- El nivel de inglés del guía era excelente
- Resulta muy motivante para cualquier persona interesada en la historia mundial y Latinoamérica toda la información extra que me ofrecen.
- Permitieron conversar con personas locales y explicaron los rituales que se observaron, propios de esa cultura.
- **Fue muy experiencial**

Debilidades

- Para algunos turistas es importante respetar los tiempos de llegada y salida y el guía llegó 30 minutos tarde
- No hubo uso de herramientas pedagógicas o algún material de información **"resultaría agradable para el regreso."**
- No se llega a tiempo para el baile cultural, eso es algo para considerar que vale la pena promover e incluir en el tour



Mystery Shopper

10. MUSEO HISTÓRICO/ PALACIO DE LA INQUISICIÓN:

Fortalezas

- Era amable, pero no tan interesado en el turista.
- Buenos conocimientos de la cultura e historia.
- Su presentación era buena y profesional.

Debilidades

- Tenía una ruta específica , que es parcialmente lo que indican las señales en el museo, se frustraba cuando se le preguntaba sobre otras exhibiciones "**distintas al orden.**"
- El guía habló muy rápido pero contó con detalle cada elemento de tortura aunque no se encontraban en el museo.
- Él tiene un vocabulario bastante avanzado en inglés. Pero su pronunciación era muy mala
- El guía omitió nombres de los personajes importantes
- El guía explicó todas las exhibiciones, pero no de manera cronológica.
- El guía no dio más información de lo que hay descrito en cada exhibición.
- El precio varía de acuerdo con la cantidad de preguntas que haga el turista.



“Todo el tour, en vez de decir Blas de Lezo, lo llamaba “half-man” (medio-hombre).”

Mystery Shopper

11. CITY TOUR. CRUCERISTAS INDEPENDIENTES :

Fortalezas

- El guía en la Popa hizo uso de ayudas didácticas como mapa y fotografías.
- El guía no habla de la cultura, ni de los problemas sociales de Cartagena
- El guía brinda explicaciones amenas, y realiza comentarios graciosos.
- El guía tenía una Carnet del puerto.
- Al visitar los lugares de compras el guía no presiona
- No solicitó propinas ni donaciones, pero aceptó la propina que se le brindó.
- Adecuado manejo del tiempo en el tour



Debilidades

- No se brinda un programa de los sitios.
- A llegar al fuerte Catillo de San Felipe al guía- conductor no lo dejaron entrar *"indicó que el iba de parte de otro guía"*
- Sus explicaciones eran muy básicas en comparación con otros guías.
- El guía nunca realiza un feed back de las explicaciones
- El y sus colegas se comunican entre si a gritos en frente de los turistas.
- El guía realizaba llamadas telefónicas personales y omitía explicaciones del tour
- El nivel del cultura del guía es básico
- En el recorrido por la ciudad vieja incluyó lugares poco amigables que proyecta sensación de peligro.





4. CONCLUSIONES SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURISTICO EN LA CIUDAD.

- Desk research
- Censo en aeropuerto
- Caracterización de los turistas de Cruceros, Vacaciones y Congresos

Demanda Desk Research.

PERFIL DE LOS CRUCERISTAS



- ❖ **La Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA)** afirma que el turismo de cruceros ha cambiado sustancialmente debido a la diversidad de cruceros (temáticos) y tarifas asequibles.
- ❖ El perfil promedio actual del crucerista es una persona de clase media, media alta, con unos ingresos superiores a los 40 mil dólares anuales y una media de edad que pasó de 58 a 45.años
- ❖ [CLIA](#) ha analizado que hay cada vez más familias y grupos multigeneracionales que deciden disfrutar de sus vacaciones a bordo de un crucero. Y destaca aumento en la proporción de **jóvenes**.
- ❖ Al turista de cruceros las agencias ofrecen:
 - Excursiones basadas en la historia y cultura, con contenido educativo
 - Visitar museos y reservas patrimoniales monumentales
 - Tours de compras
 - Sol y playa en las islas del Rosario
 - Ecológicas como recorrido en los manglares

Es muy poco ofrecido :

- Turismo visual, con excursiones a reservas naturales (Aviario)

Demanda Desk Research.



TURISTA VACACIONAL

- Estos turistas se denominan convencionales, viajan buscando sol y playa, un buen descanso, aventura, deporte, entre otras características.
- En los últimos años ha ido aumentando el turismo por afinidad, todas aquellas personas que visitan la ciudad ya sea por cuestiones de negocios, congresos y convenciones o de gestión.
-
- Por lo general, los turistas extranjeros son los que mayores dividendos le dejan a la ciudad, ya que vienen a pasar un buen rato, juntos a sus familias o parejas y se hospedan en los mejores hoteles, comen en los mejores restaurantes y visitan muchos lugares turísticos de la ciudad.

TURISTA TERRESTRE

En este grupo de visitantes no es significativo el número de turistas que toman tour guiados, la mayoría visitan los monumentos, el centro histórico y van a las playas, sin requerir guía.

Demanda Desk Research.



TURISMO CORPORATIVO

El Turismo corporativo, de eventos, congresos, convenciones, conferencias, de viajeros de negocios ha venido avanzando a grandes pasos en los últimos años

PERFIL DEL PASAJERO DE TURISMO CORPORATIVO

Las principales características de estos visitantes son:

- Empresarios, ejecutivos de alto nivel, comerciantes y de otras profesiones
- Llegan por vía aérea.
- Son empleados de grandes empresas y multinacionales
- Cuentan con poco tiempo para tomar tour, pero generalmente cuando lo hacen está dentro del programa del evento
- Otros aprovechan esta oportunidad y permanecen en la ciudad tomando algunos días de vacaciones.



Demanda Desk Research.

TIPO DE TOUR PREFERIDOS POR PAÍS DE ORIGEN

PAÍS	TIPO DE TOURS BUSCADOS
Estados Unidos	Buceo, Avistamiento de aves, Bodas y luna de miel Turismo religioso, Aventura
Argentina	Sol y playa, gastronomía
Brasil	Luna de miel, tours Histórico-cultural, sol y playa
Chile	Gastronomía, vida nocturna
Venezuela	Turismo naturaleza, sol y playa, histórico cultural, compras rumba y folklor
Perú	Turismo de lujo y matrimonios en Cartagena
Canadá	Histórico cultural, naturaleza que incluya actividades de aventura
México	Compras, Histórico cultural, sol y playa

<http://www.procolombia.co/turismo/turista-receptivo>

Demanda Desk Research.

CARACTERISTICAS DEL TURISMO VACACIONAL POR PAIS DE ORIGEN

PAIS	TIPO DE TOURS BUSCADOS
España	Historia y cultura, Naturaleza, Sol y Playa, Aventura: (Buceo, deporte de vela), Turismo Ecológico, senderismo, de salud y Golf, Compras
Reino Unido	Avistamiento de aves, histórico cultural, aventura (buceo) naturaleza
Francia	Aventura y viajes temáticos
Ecuador	Sol y playa, cruceros, parques temático, gastronomía , rumba y folklor y histórico cultural
Alemania	Ecoturismo, especialmente avistamiento de aves, Sol y Playa, Naturaleza, Historia, Buceo, Caminatas
China	Histórico cultural , naturaleza
India	Compras, turismo de aventura, sol y playa, matrimonios, luna de miel

<http://www.procolombia.co/turismo/turista-receptivo>

Demanda

TOURS GUIADOS ENTRE TURISTAS AEREOS

Objetivo General

Realizar un censo de turistas en el aeropuerto, durante una semana tanto en la salida de pasajeros nacionales como internacionales, para establecer el porcentaje de turistas que toman tour guiados.

Se auto-aplicaron 2.741 pequeñas encuestas a turistas aéreos que salían de Cartagena

	No. de Pasajeros que tomaron tour guiados	Porcentaje
Turistas Extranjeros que vinieron por vacaciones	899	53%
Turistas Extranjeros que vinieron por congresos/negocios/eventos	65	4%
Turistas Nacionales que vinieron por vacaciones *	631	38%
Turistas Nacionales que vinieron por congresos/negocios/eventos	89	5%
Total	1.676	61%
No tomaron tours guiados	1065	39%

*8 PERSONAS que vinieron a congresos y tomaron también vacaciones



Resultados censo entre pasajeros aéreos

OBJETIVO: Establecer la proporción de turistas aéreos que toman tour guiados

Censo entre turistas aéreos

UNIVERSO	TOTAL	PORCENTAJE
Total Contactos	2741	100%
Turistas contactados	2517	92%
Turistas que tomaron Tours guiados	1676	67%
Turistas que NO tomaron Tours guiados	832	33%

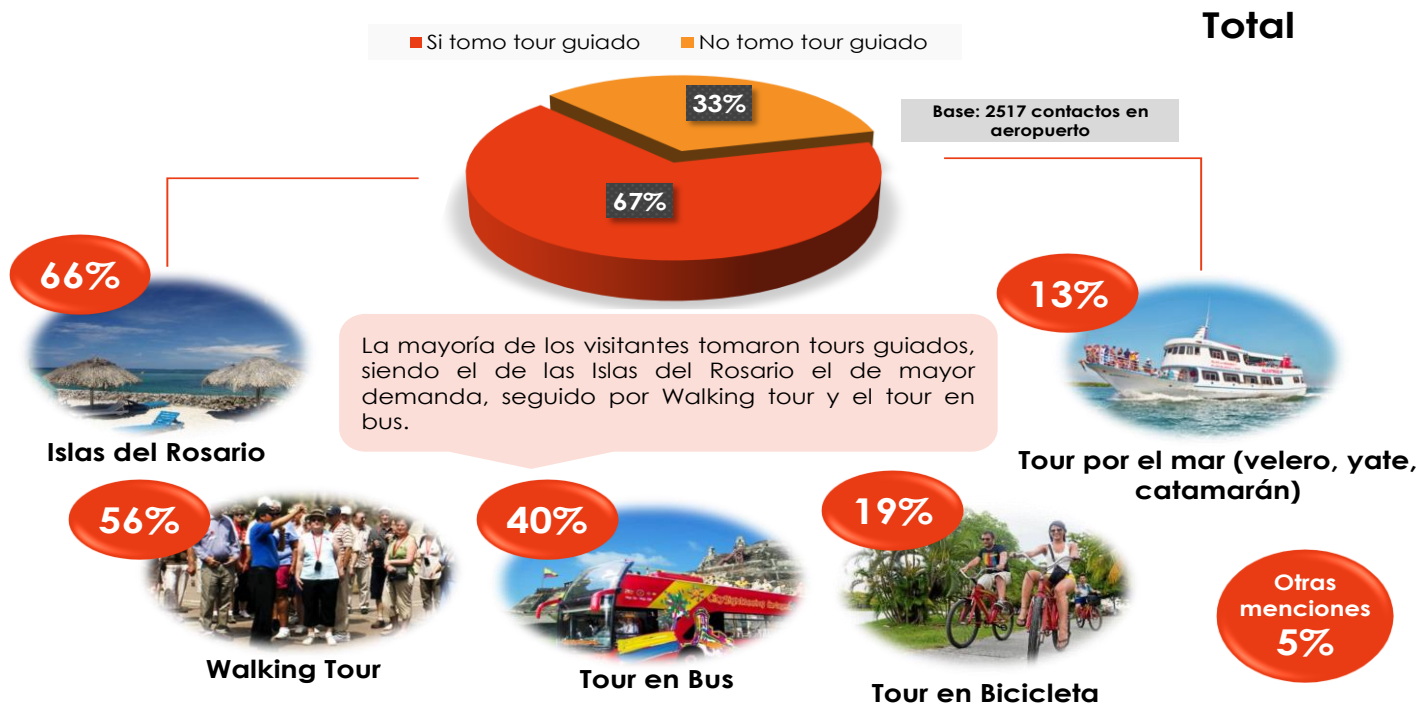
Demanda Desk Research.

TOURS GUIADOS ENTRE TURISTAS AEREOS

Datos que confirman que un poco más de la mitad de turistas aéreos extranjeros acostumbran tomar tours guiados 57%, pero hay una franja importante de turistas nacionales aéreos que también toman tours guiados 43%.

Utilización de tours guiados para visitar atractivos turísticos

3. ¿Durante su visita tomó algún tour guiado para visitar algún sitio turístico en Cartagena?



4. ¿Qué tipo de tour tomo?

Base: 1676 contactos en aeropuerto que dicen haber tomado un tour guiado en Cartagena

Demanda Desk Research.

Utilización de guía de turismo en el tour

8. Favor escoger una de las siguientes opciones

Una amplia mayoría de quienes contrataron tours incluía guía, una baja proporción contrataron tour sin guía, pero ellos lo contrataron por aparte.

Total

Incluía Tour con audio guía

1%

70%

El tour incluía un guía

El Tour no incluía guía, Yo lo contraté

13%

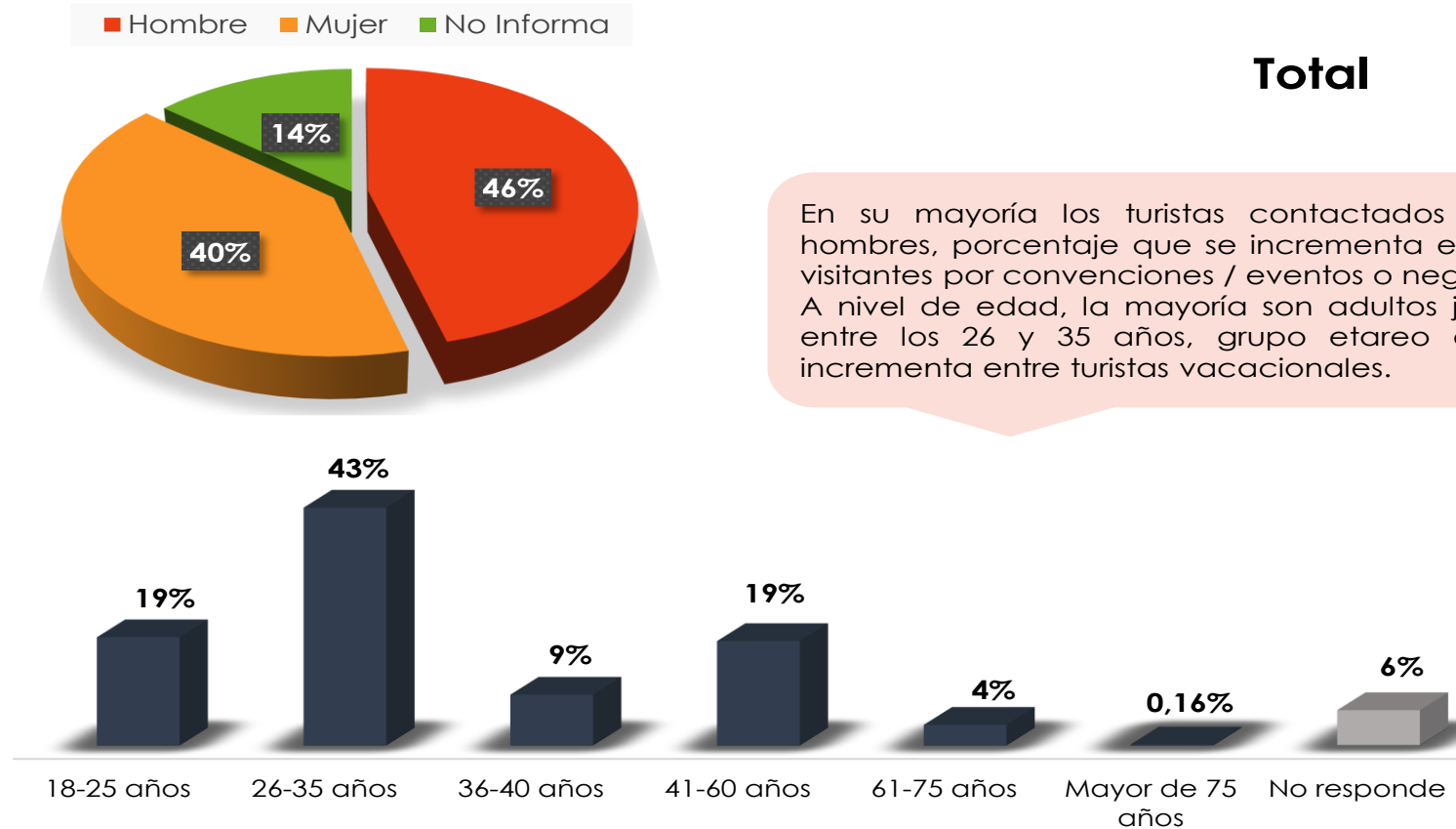
16%

No informa

Base: 1676 contactos en aeropuerto que dicen haber tomado un tour guiado en Cartagena

Demanda Desk Research.

Edad y genero del turista



Base: 2517 contactos en aeropuerto

Diseño de la muestra de turistas

SEGMENTO		TOTAL MUESTRA REQUERIDA
Extranjeros que vinieron por vacaciones		81
Extranjeros que vinieron por congresos/con convenciones/eventos/negocios		6
Nacionales que vinieron por vacaciones		57
Nacionales que vinieron por congresos/con convenciones/eventos/negocios		7
CRUCERISTAS		150
Contratan con el crucero	Agencias	100
Contratan Guías	Independientes	50
TOTAL ENCUESTAS		300



Caracterización del perfil del turista de Cartagena

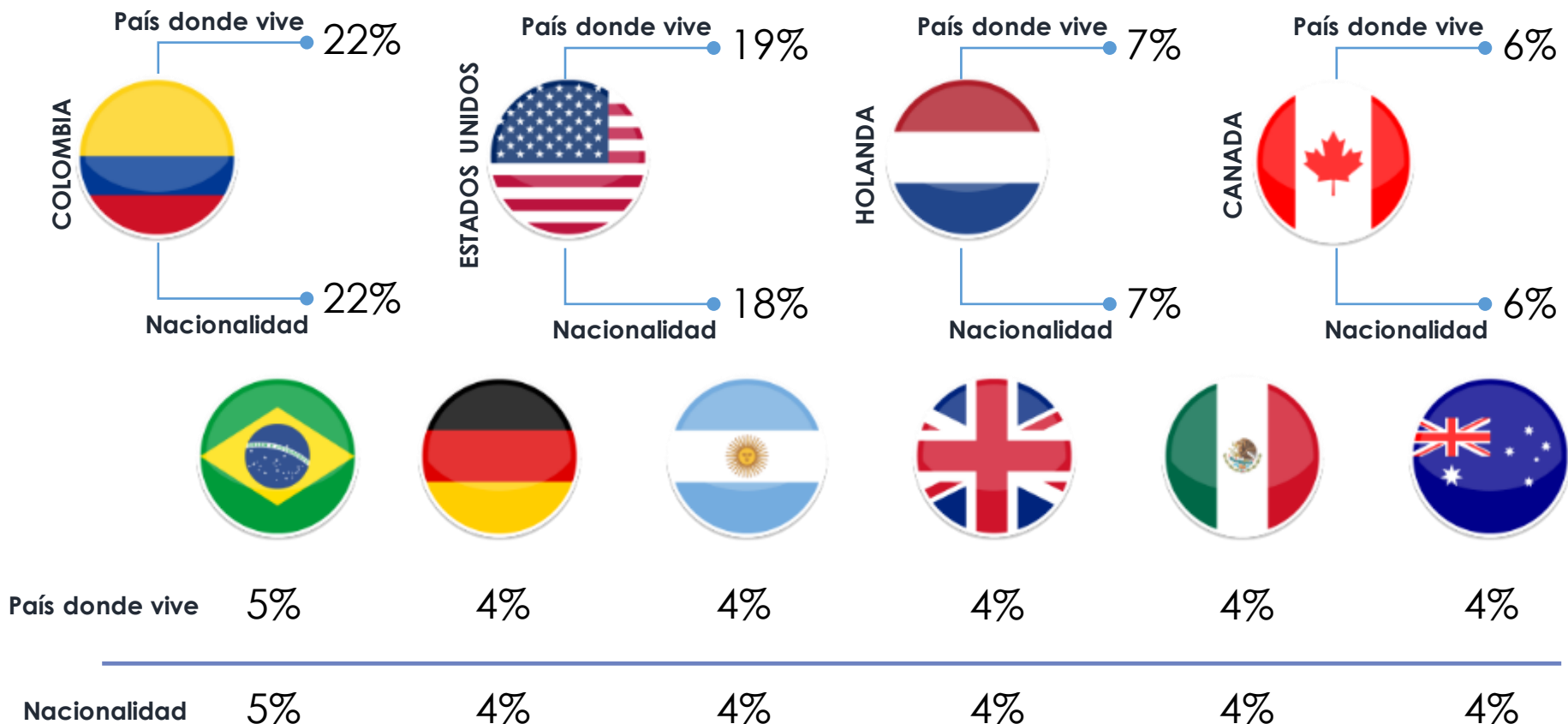


DEMANDA INVESTIGACION CUANTITATIVA PRIMARIA

- Caracterización de los turistas
- Tours tomados en Cartagena
- Nivel de satisfacción con el tour tomado

Nacionalidad y país donde vive el turista (Total)

Un poco menos de la mitad del turismo en la ciudad se concentra entre el visitante local y el turista estadounidense, mientras que la proporción de turistas europeos es más baja.



Nacionalidad y país donde viven los Cruceristas

Se evidencia que la mayoría de los cruceros que llegan a la ciudad han tenido como origen puertos en Estados Unidos, mientras que la llegada de participación de cruceros europeos o suramericanos es baja.

Cruceristas

COLOMBIA



País donde vive

2%

ESTADOS UNIDOS



25%

HOLANDA



11%

CANADA



10%

Nacionalidad

2%

25%

11%

10%



País donde vive

5%



5%



1%



6%



5%



7%

Nacionalidad

5%

5%

1%

7%

5%

6%

Nacionalidad y país donde vive el turista de vacaciones

El mercado de turistas vacacionales o de congreso en la ciudad se caracteriza por ser ampliamente nacional, siendo baja la participación de turistas norte americanos y europeos.

Vacaciones / Congreso

COLOMBIA



País donde vive

43%

ESTADOS UNIDOS



13%

HOLANDA



2%

CANADA



3%

Nacionalidad

43%

12%

3%

3%



5%

País donde vive



3%



7%



2%



3%



1%

Nacionalidad

5%

3%

7%

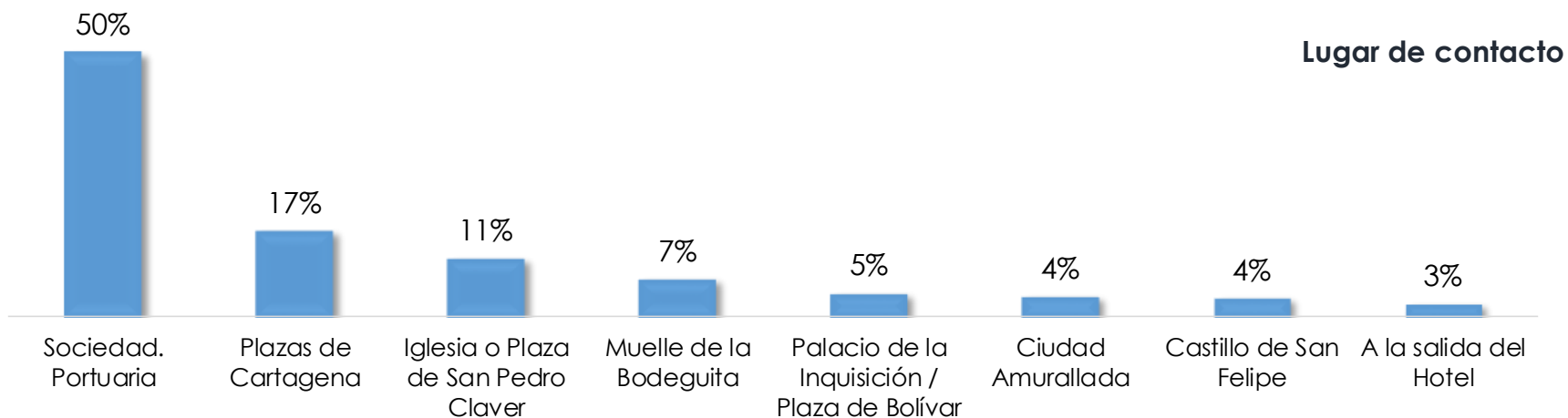
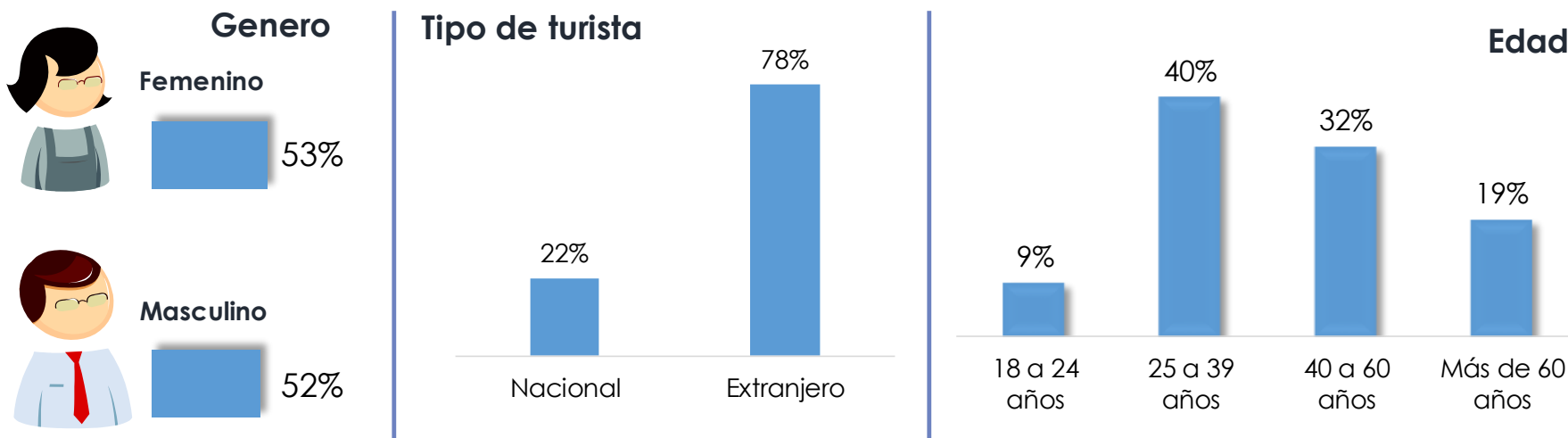
2%

3%

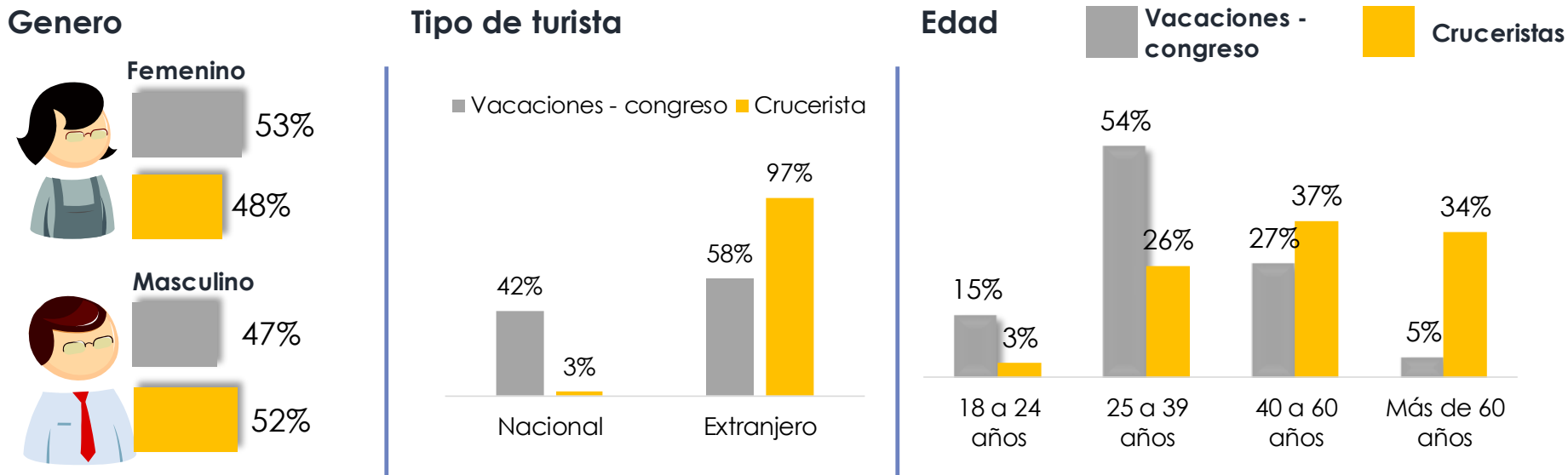
1%

Edad - Género – lugar contacto - Tipo de turista

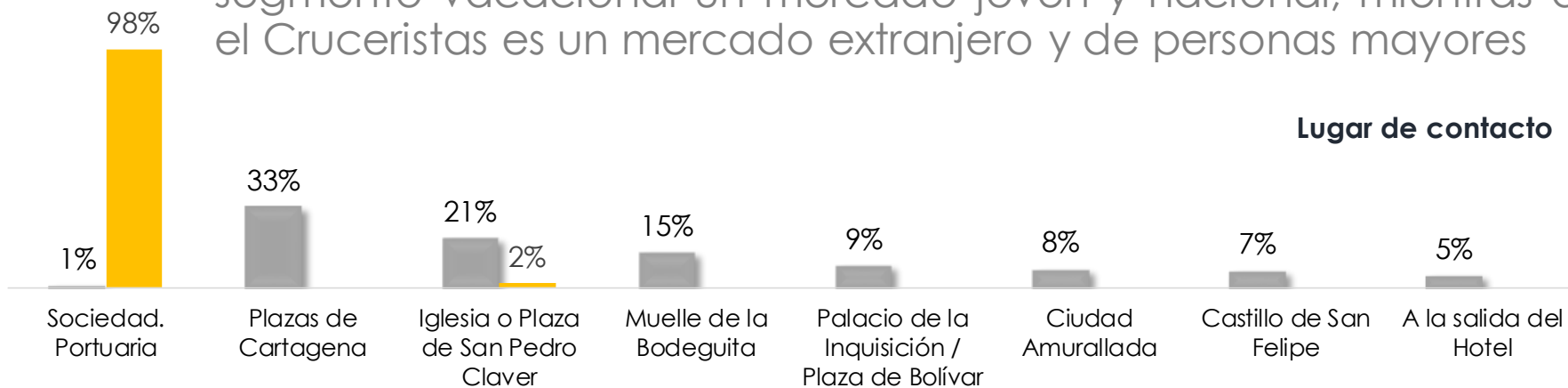
Se evidencia que la mayoría de los usuarios que visitan la ciudad son en su mayoría extranjeros, en edad productiva entre 25 a 39 años, con igual proporción por género.



Edad - Género – lugar contacto - Tipo de turista



Existen marcadas diferencias entre los dos segmentos, siendo el segmento vacacional un mercado joven y nacional, mientras que el Crucevistas es un mercado extranjero y de personas mayores



Motivo de visita a Cartagena

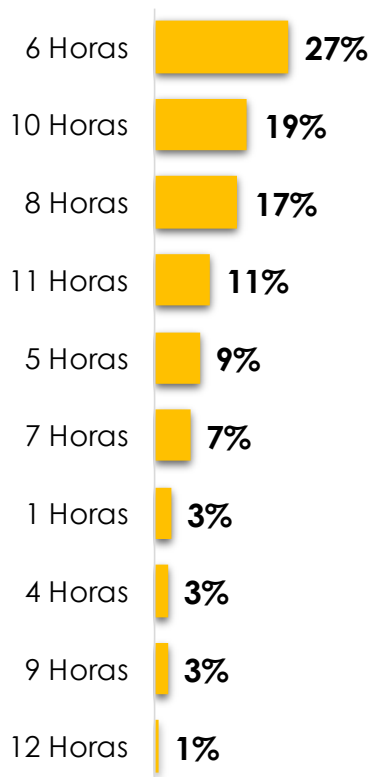
Cartagena se presenta como un destino vacacional, tanto para turistas nacionales como para cruceristas.



Tiempo de duración de visita a Cartagena

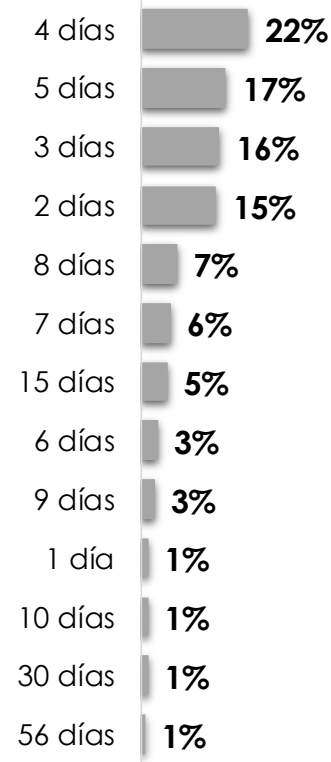
Considerando los tiempos de estadía de ambos grupos, es necesario plantear actividades que se adapten a cada uno de estos segmentos.

CRUCERISTAS



Base: 153 turistas entrevistados

VACACIONES / CONGRESOS



Base: 150 turistas entrevistados

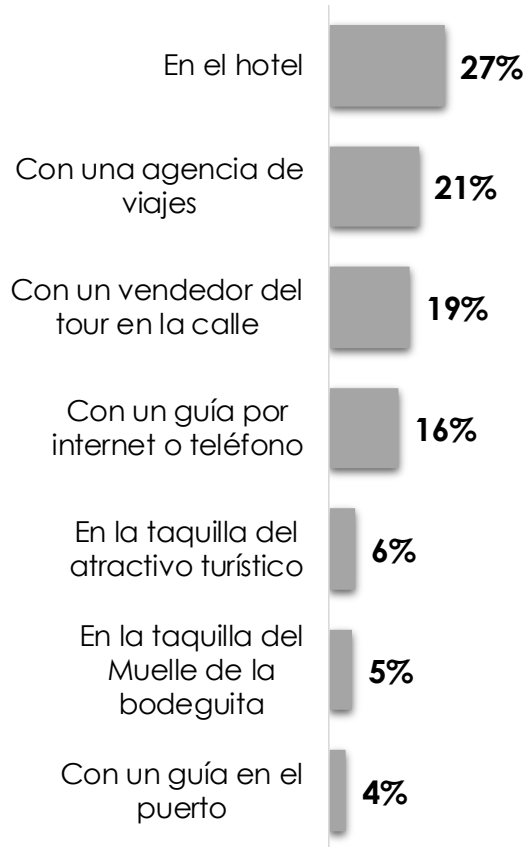


Tours que tomaron en Cartagena

Tipo de entidad o empresa con la cual contrató los tours guiados

4. ¿Con quién contrató el tour o (tours)?

VACACIONES - CONGRESOS



Base: 150 turistas entrevistados

CRUCERISTAS



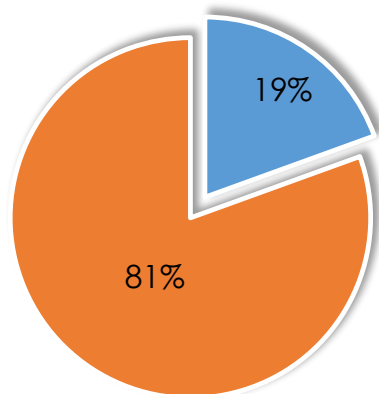
Base: 153 turistas entrevistados

Tipo de tour que tomó

Existe una amplia preferencia de tomar los tour en grupos, comportamiento que es similar en ambos segmentos, lo cual podría obedecer a temas de seguridad y costo.

TOTAL

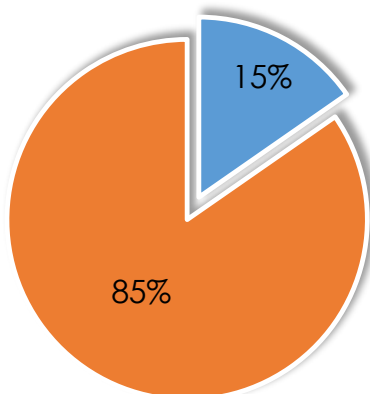
■ Privado ■ En Grupo



Base: 303 turistas entrevistados

VACACIONES - CONGRESO

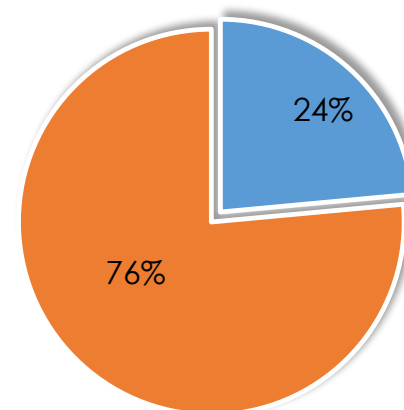
■ Privado ■ En Grupo



Base: 150 turistas entrevistados

CRUCERISTAS

■ Privado ■ En Grupo



Base: 153 turistas entrevistados

6. ¿El tour(s) que tomo era..?

Tipo de tour que tomaron

57%

72%



Walking Tour
Histórico Cultural

40%

48%



Tour Histórico
Cultural

16%

58%



City Tour Panorámico
en bus o trolley

40%

5%



De sol y playa

7%

1%



Tour en coche por la
ciudad amurallada

4%

6%



De Compras

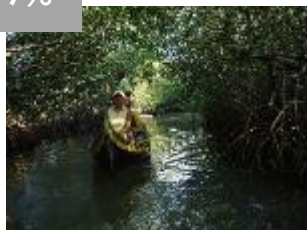
7%

3%



De Rumba y Folklor

7%



De Naturaleza o
ecoturismo

6%



De Deportes
Náuticos

7. ¿De estos productos turísticos cuáles incluyó el tour(s) que tomó?

Vacaciones -
congreso

Base: 150 turistas
entrevistados

Cruce-
ristas

Base: 153 turistas
entrevistados

Transporte utilizado para el tour que tomó

Los Cruceristas concentran sus desplazamientos en Buses o Caminatas, mientras que el turista vacacional consume una mayor cantidad de medios disponibles para esta actividad, lo cual puede obedecer al mayor tiempo que disponen para estar en la ciudad.



Caminata

55%

55%



Bus / Vans /
camionetas

31%

76%



Barco, Lancha,
Catamarán,
Canoa

39%

9%

Vacaciones -
congreso

Base: 150 turistas
entrevistados



Coche de
Caballos

7%

1%



Chiva/Trolley

13%

1%



Taxi /
automóvil

5%

10%

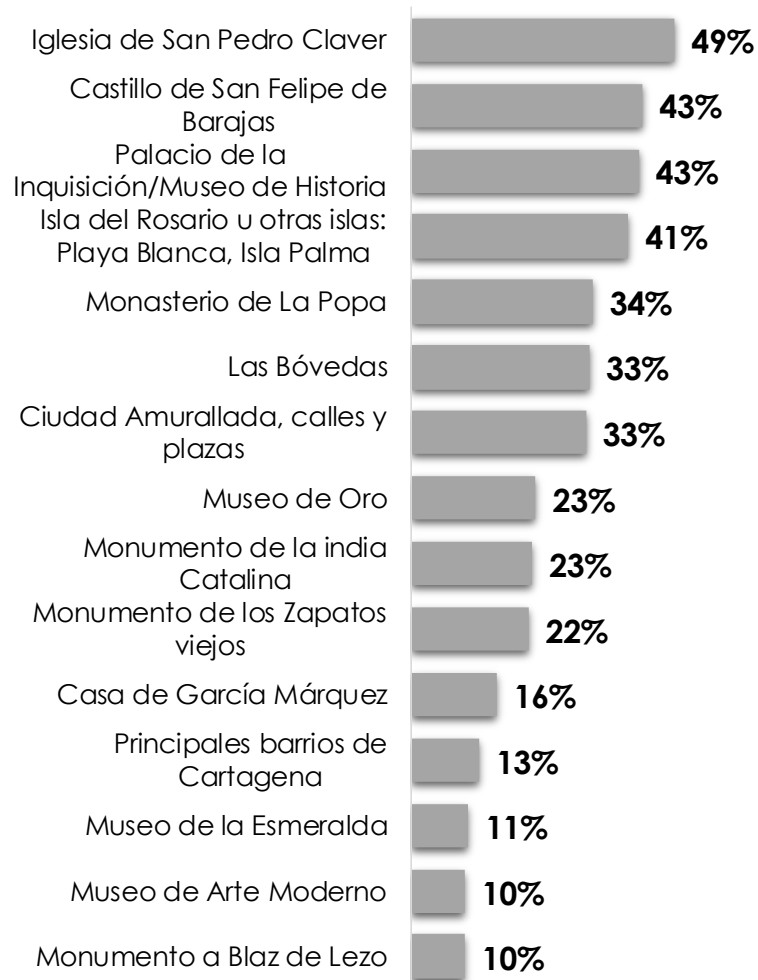
Cruceristas

Base: 153 turistas
entrevistados

Sitios visitados en el tour que tomó

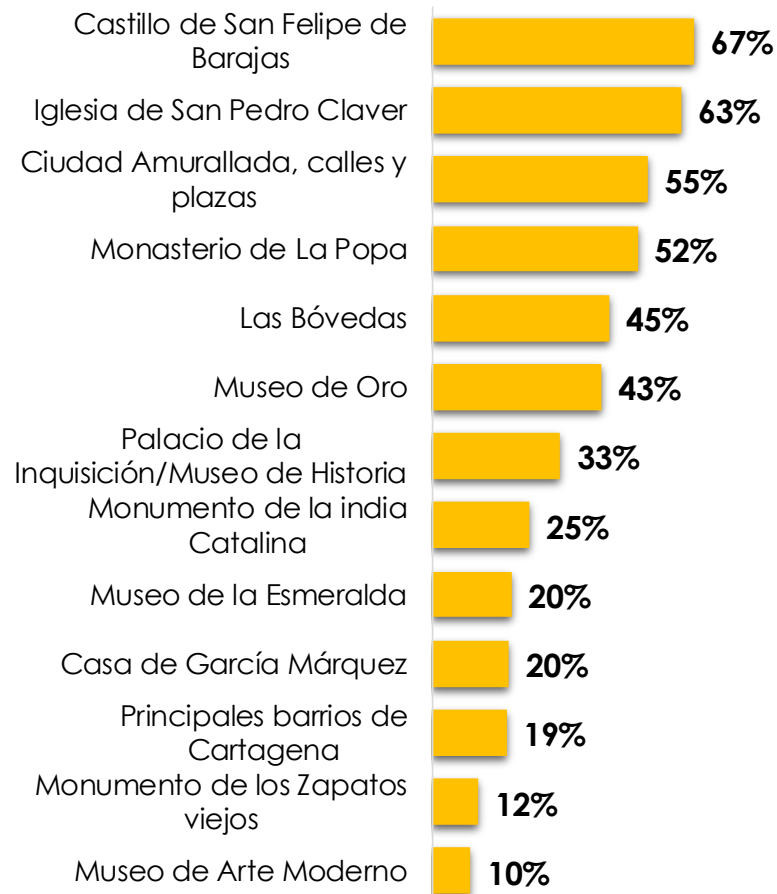
10. ¿Qué sitios visito en el tour(s) que tomó?

VACACIONES - CONGRESOS



Base: 150 turistas entrevistados

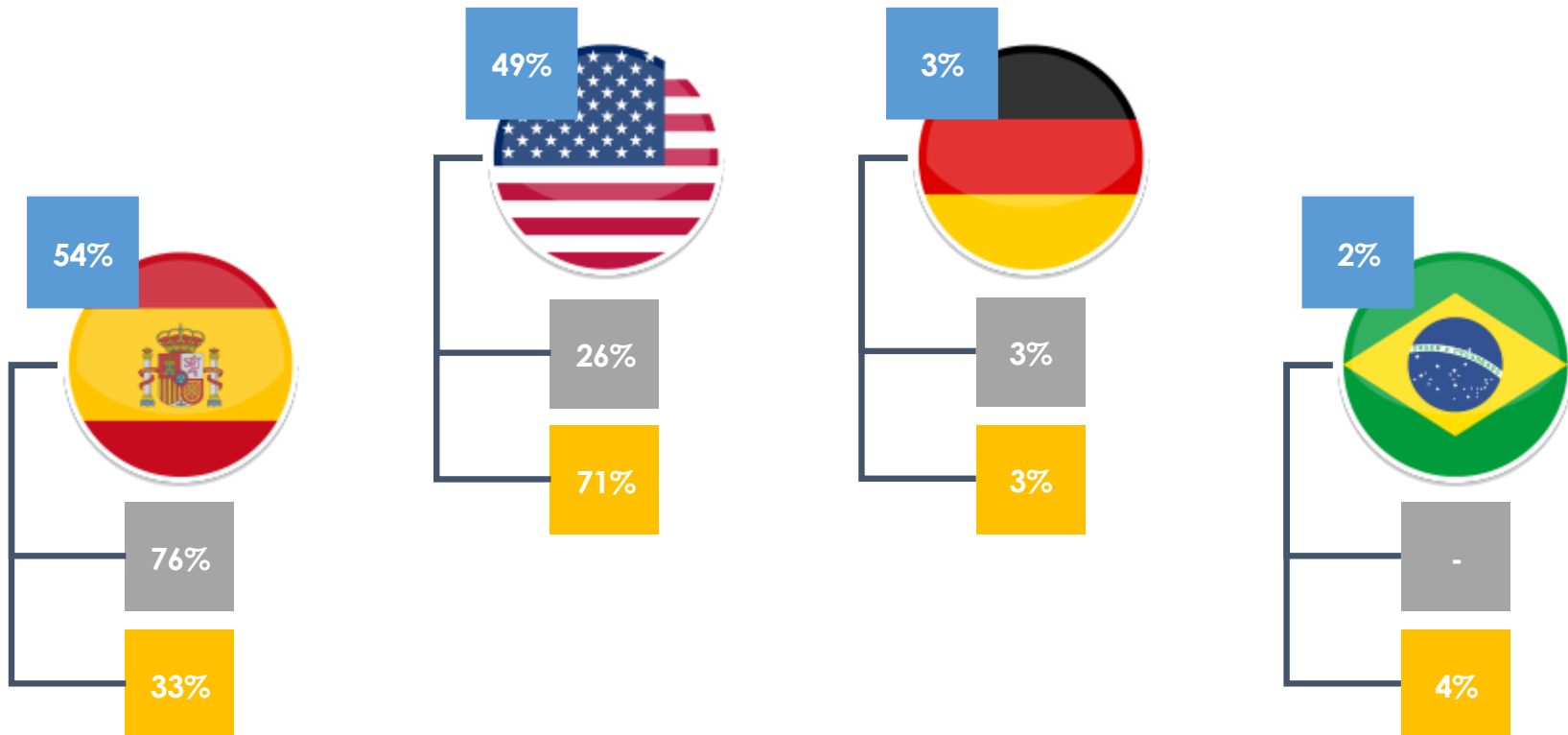
CRUCERISTAS



Base: 153 turistas entrevistados

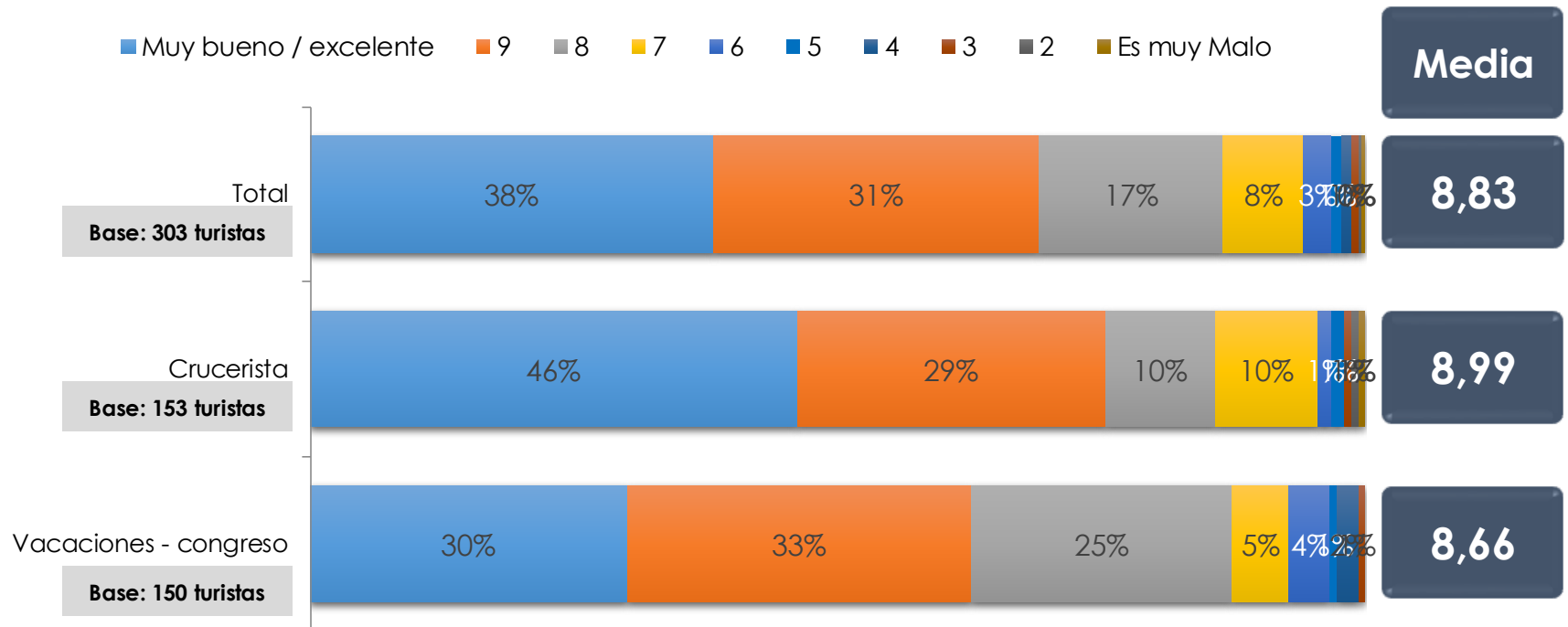
Idioma del tour guiado que tomó

Coherente con su nacionalidad, una amplia mayoría de los Cruceristas tomas los tours en inglés, lo cual evidencia la importancia de tener una oferta amplia de guías bilingües que atiendan este segmento.



Manejo del idioma del guía

En cuanto al manejo del idioma, la evaluación de los guías es positiva, principalmente entre los Cruceristas donde la evaluación se incrementa considerablemente.



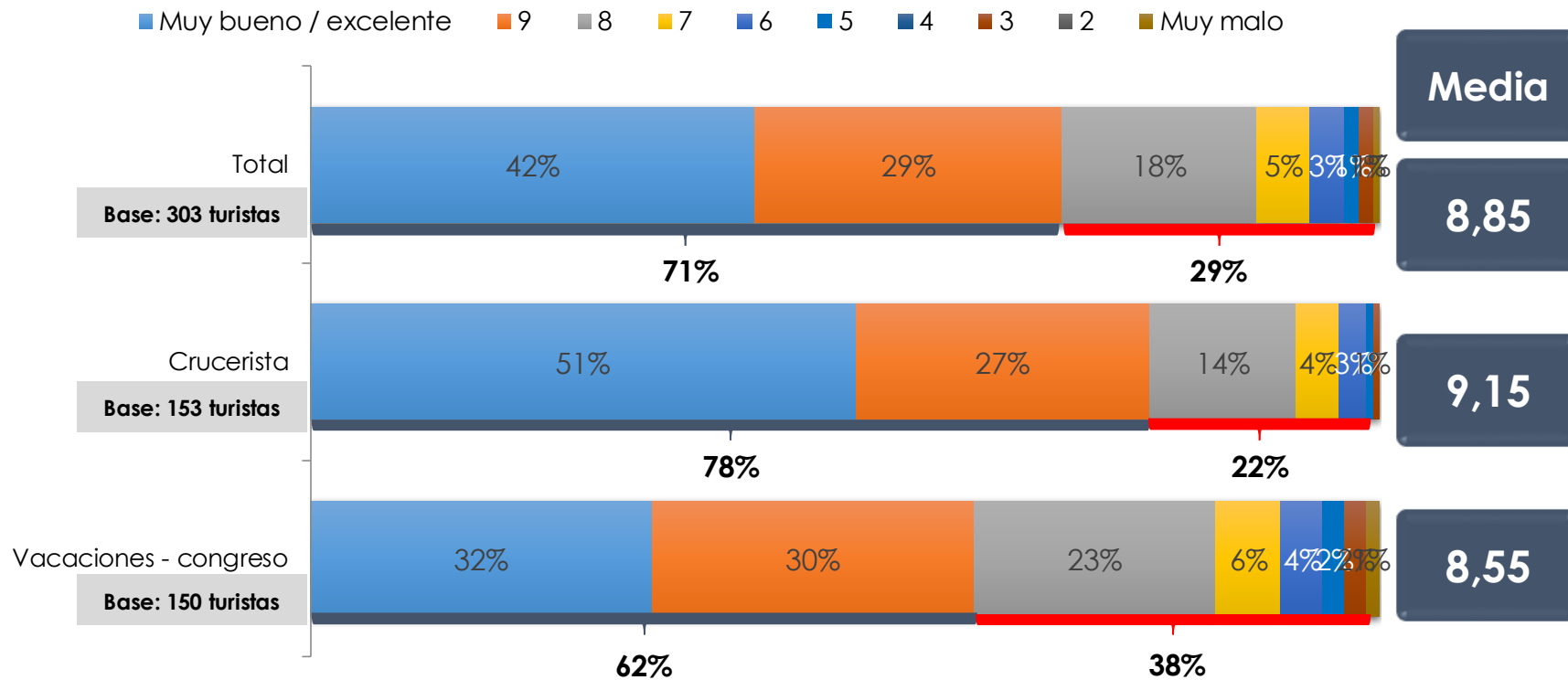
Sumar 9 y 10 vs los demas



Satisfacción con los tours tomados

Trato del guía

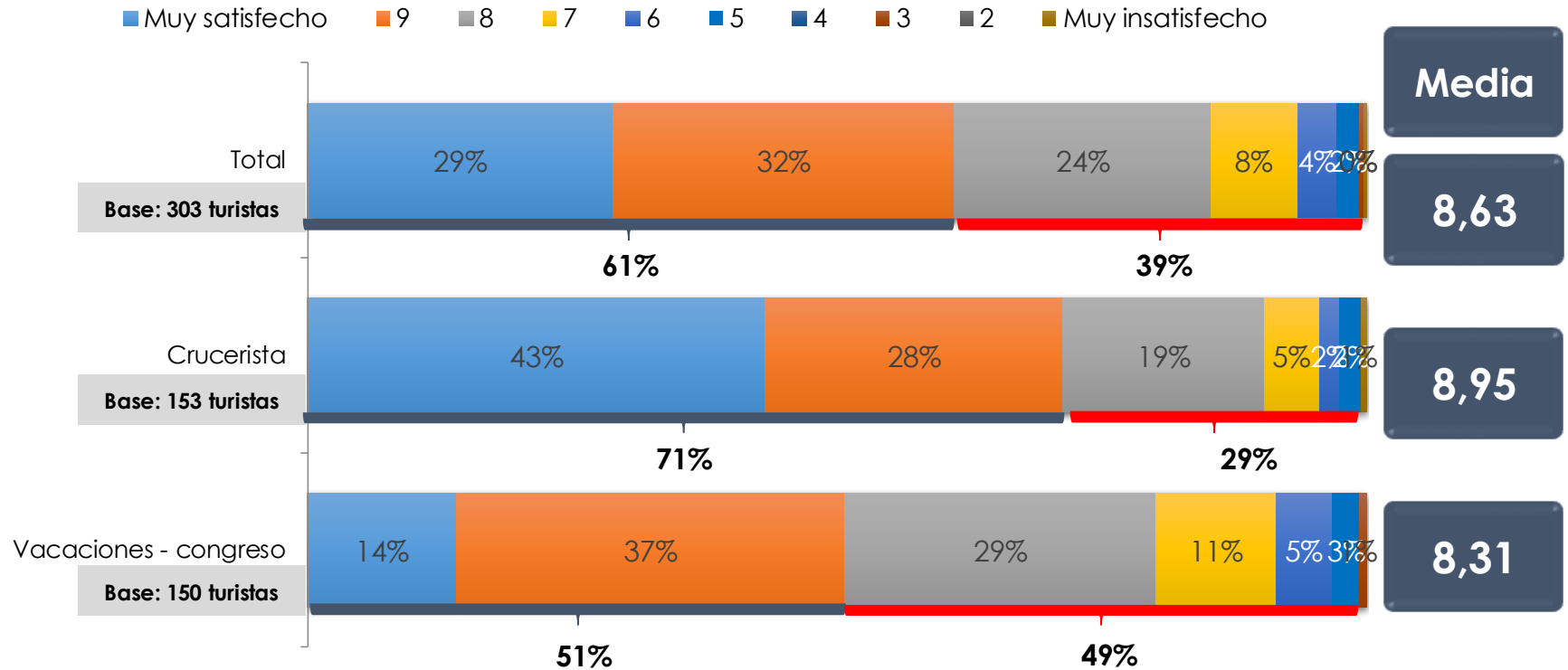
Frente al trato brindado por los guías, en general logran una positiva evaluación, especialmente entre los Cruceristas.



20. En una escala de 10 puntos en la cual 1 es muy malo y 10 Muy bueno. Por favor califique Cómo fue el trato del guía hacia Ud. Durante el tour ?

Manejo del grupo por el guía

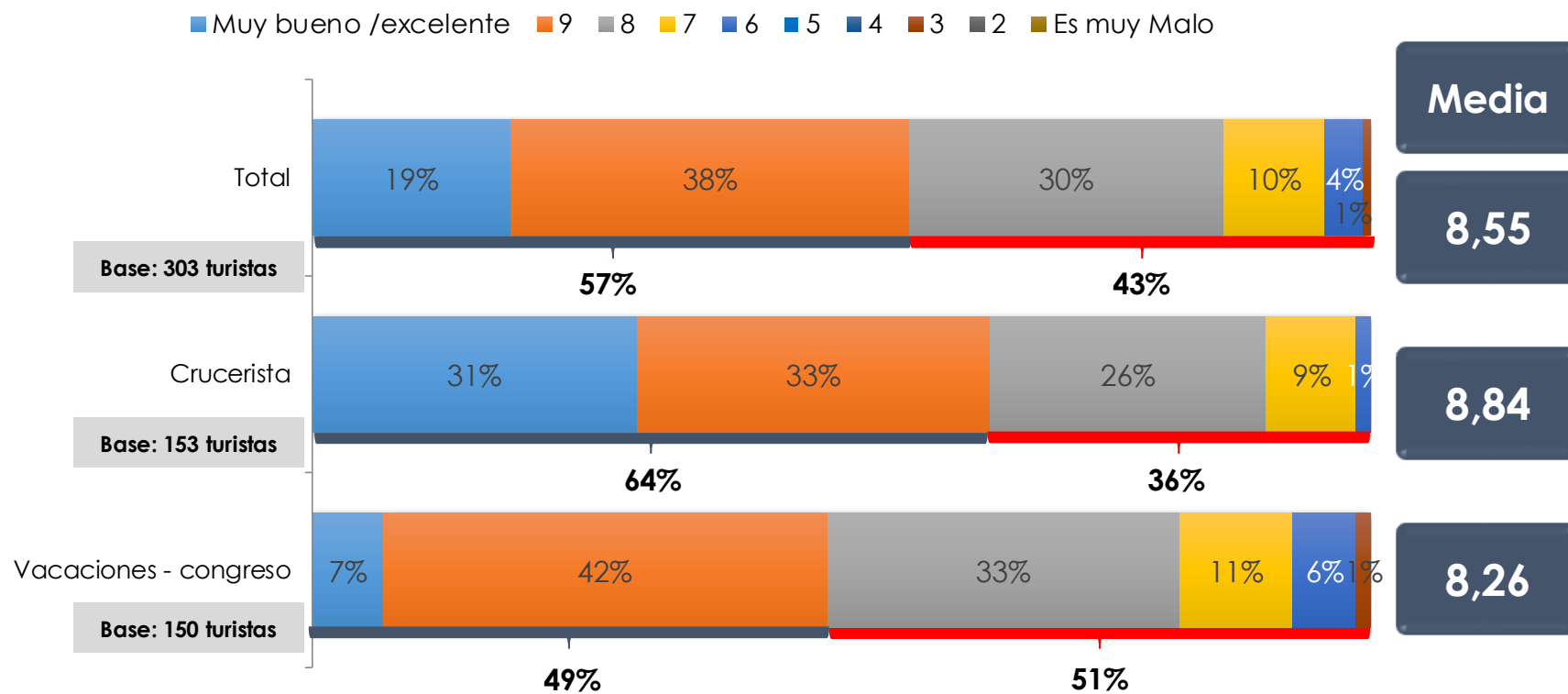
El manejo del grupo evidenciado por los guías es evaluado en general medianamente positiva, percepción que se incrementa entre los cruceristas.



21. En una escala de 10 puntos en la cual 1 es muy insatisfecho y 10 Muy satisfecho. Por favor califique que tan satisfecho se siente el manejo que el guía le dio al tour?

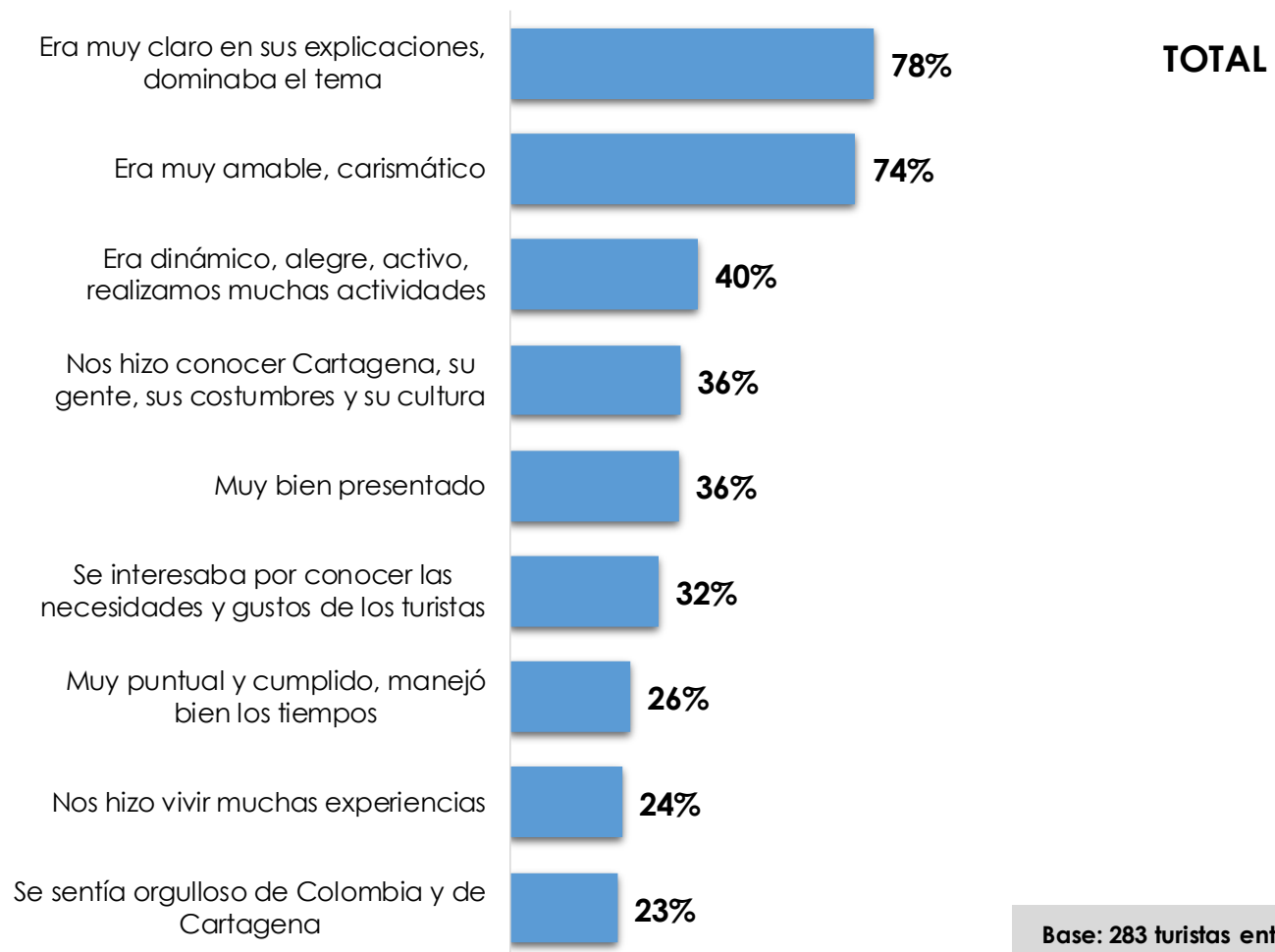
Satisfacción general del tour

En general los tours alcanzan una evaluación medianamente positiva, siendo un poco más alta entre Cruceristas.



Razones de satisfacción con el manejo dado por el guía al tour

Para la amplia mayoría de los turistas el manejo dado por el grupo fue positivo, destacando el dominio y claridad del tema, así como la amabilidad y carisma del guía.

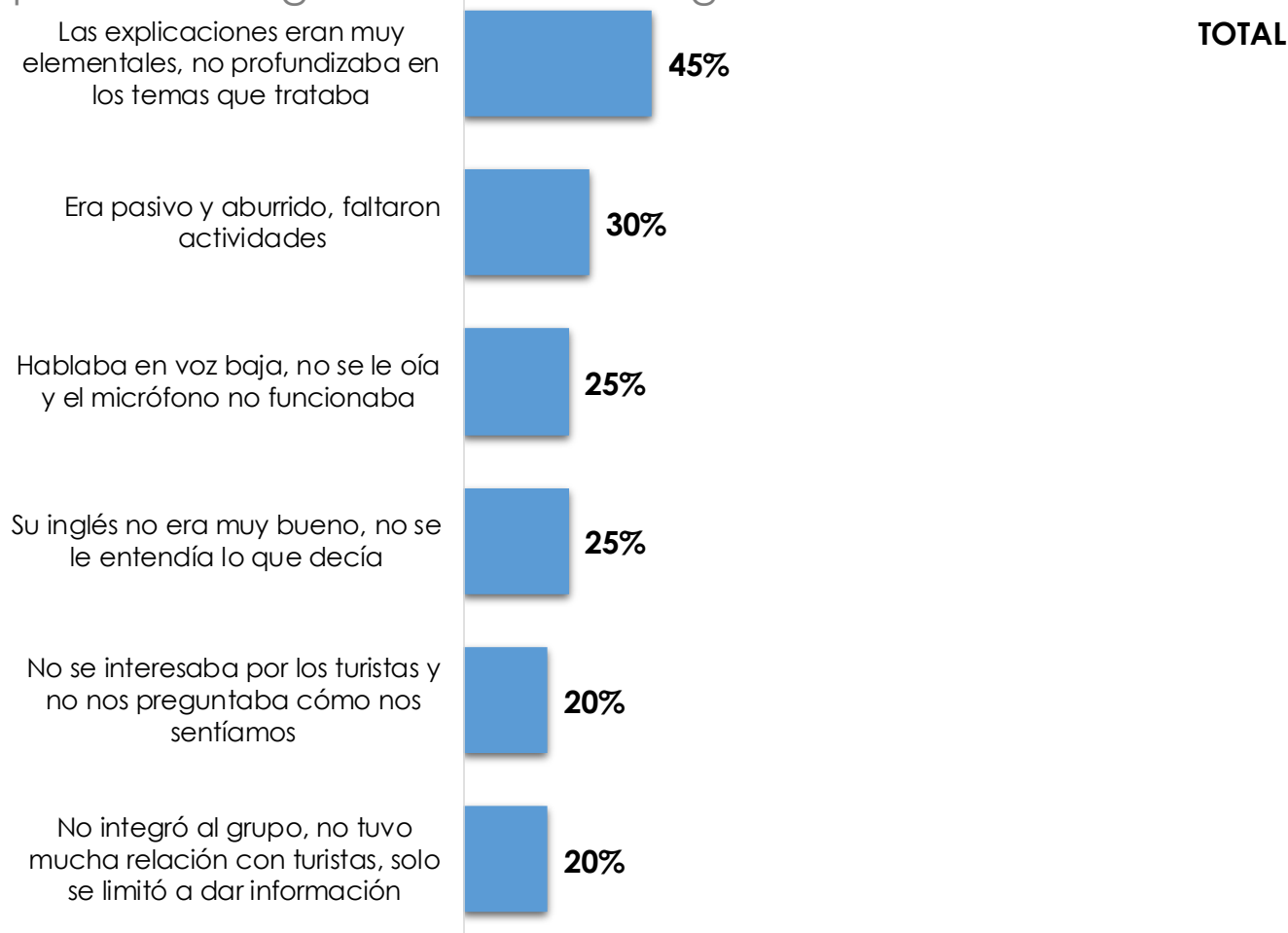


Base: 283 turistas entrevistados

23. ¿Por qué si siente satisfecho con el manejo que le dio el guía al tour?

Razones de insatisfacción al manejo dado por el guía al tour

Las explicaciones elementales, sin profundización, así como la actitud pasiva de los guías, son los principales aspectos por los cuales son valorados negativamente los guías, por lo cual es importante garantizar un alto nivel de conocimiento por parte de los guías antes de otorgar sus licencias.

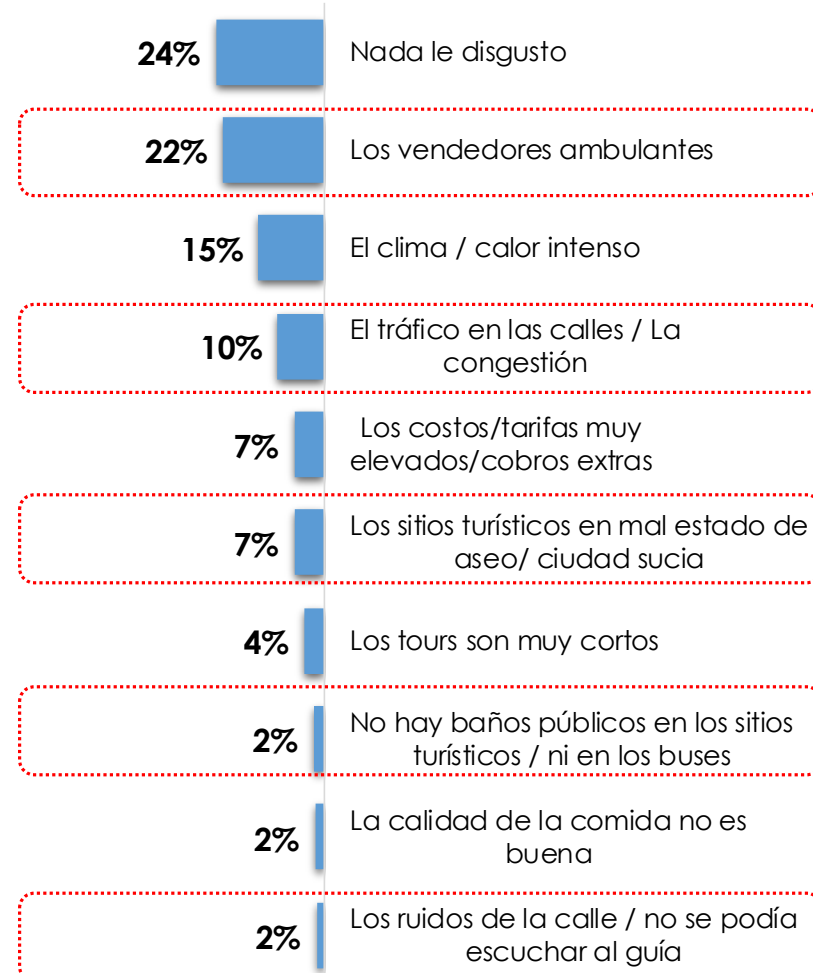


Aspectos de mayor y menor agrado de los tours guiados

Congruente con los sitios visitados, la ciudad colonial y su historia se constituyen en los aspectos de mayor agrado, sin embargo se evidencian varios aspectos que van en detrimento de la imagen de la ciudad.



14. ¿Qué fue lo que más le gusto del tour?



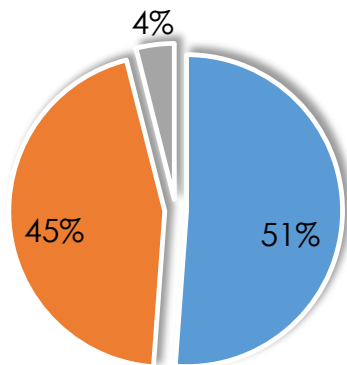
15. ¿Qué fue lo que menos le gusto del tour?

Expectativas frente al tour

En general, los tours cumplieron las expectativas de los turistas, tanto vacacionales como Cruceristas, siendo percibidos por la mitad de ellos como mejor de lo que esperaban.

TOTAL

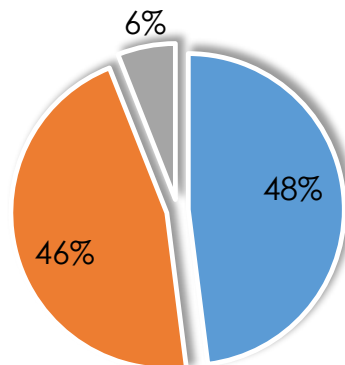
■ Mejor de lo que imaginaba ■ Igual a como lo imaginaba ■ Peor de lo que imaginaba



Base: 303 turistas entrevistados

VACACIONES - CONGRESO

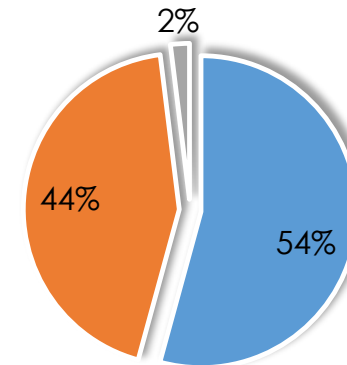
■ Mejor de lo que imaginaba ■ Igual a como lo imaginaba ■ Peor de lo que imaginaba



Base: 150 turistas entrevistados

CRUCERISTAS

■ Mejor de lo que imaginaba ■ Igual a como lo imaginaba ■ Peor de lo que imaginaba



Base: 153 turistas entrevistados

Comparación de la calidad del servicio guianza de Cartagena vs el servicio de otros países visitados

El servicio de guianza de Cartagena es percibido a la altura de otros países por la mayoría de los turistas, especialmente Cruceristas, y una baja proporción lo consideran superior.



Es mejor la calidad del servicio de guianza de los guías de Cartagena vs. otros países



Es igual la calidad del servicio de guianza de los guías de Cartagena vs. otros países

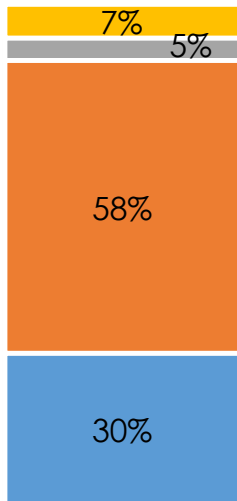


Es inferior la calidad del servicio de guianza de los guías de Cartagena vs. otros países



No ha tomado tour en otros países

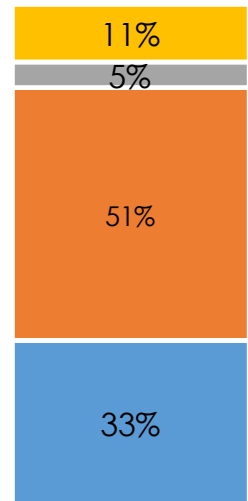
TOTAL



Total

Base: 303 turistas entrevistados

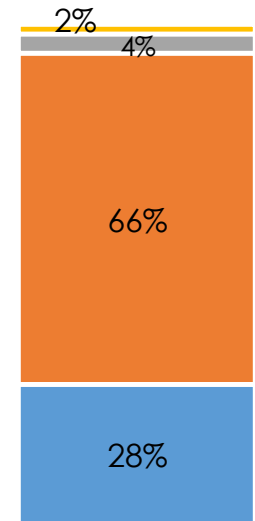
VACACIONES - CONGRESO



Vacaciones - congreso

Base: 150 turistas entrevistados

CRUCERISTAS

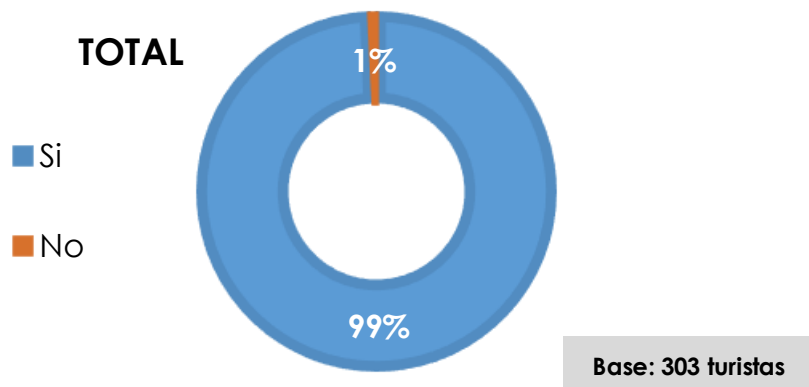


Crucrista

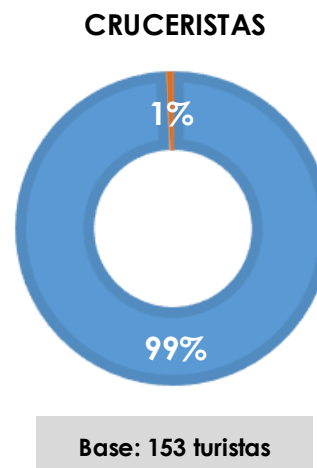
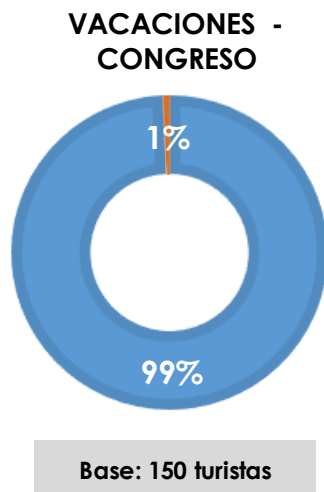
Base: 153 turistas entrevistados

Recomendación de Cartagena como destino turístico

28. ¿Después de visitar Cartagena recomendaría Ud. Este destino turístico?



Cartagena se consolida como un destino turístico recomendado casi por la totalidad de los turistas tanto vacacionales como Cruceristas.





PLAN DE ACCION

- Para guías
- Para asociaciones
- El sector
- Los contratantes
- Los Atractivos
- Para mejorar e incrementar la oferta
- Para incrementar la satisfacción de la demanda

Recomendaciones

1. **Guías – recomendaciones dirigidas a los guías de turismo, para mejorar directamente su desempeño.**
2. **Asociaciones – recomendaciones dirigidas a las asociaciones.**
3. **El sector – recomendaciones dirigidas al sector turístico, para que existan mejores condiciones para la guianza.**
4. **Contratantes – recomendaciones dirigidas a los operadores y agencias que contratan los guías.**
5. **Atractivos – recomendaciones dirigidas a los atractivos turísticos de Cartagena.**
6. **Oferta – recomendaciones dirigidas a mejorar e incrementar la oferta de tours guiados en Cartagena.**
7. **Demanda – recomendaciones dirigidas a incrementar la satisfacción de los turistas con los tours guiados en Cartagena.**



RECOMENDACIONES PARA GUÍAS



Escalafón de guías

- Se recomienda tener 3 niveles utilizando como base la segmentación de este estudio:
 - Primer nivel (Premium)
 - Segundo nivel (Integral)
 - Tercer nivel (Básico / Ex-rezagado)



Este escalafón se debe ver reflejado en:

- Identificación del guía (Carnet)
- Tarifa
- Prioridad en la página web de los guías
- Prioridad en los puntos de atención



Idiomas

INGLÉS

- Definir y exigir un nivel mínimo de B2 en inglés, para poder ejercer
- Evaluación del nivel de inglés, por una entidad reconocida
- Cursos (ver propuesta detallada) para alcanzar nivel
- Permiso provisional (tiempo limitado) mientras logra el nivel de Inglés
- Motivación: una mejor tarifa de remuneración según escalafón

OTROS IDIOMAS

- Ofrecer cursos para los que quieran especializarse



Certificaciones

GUÍAS PROFESIONALES

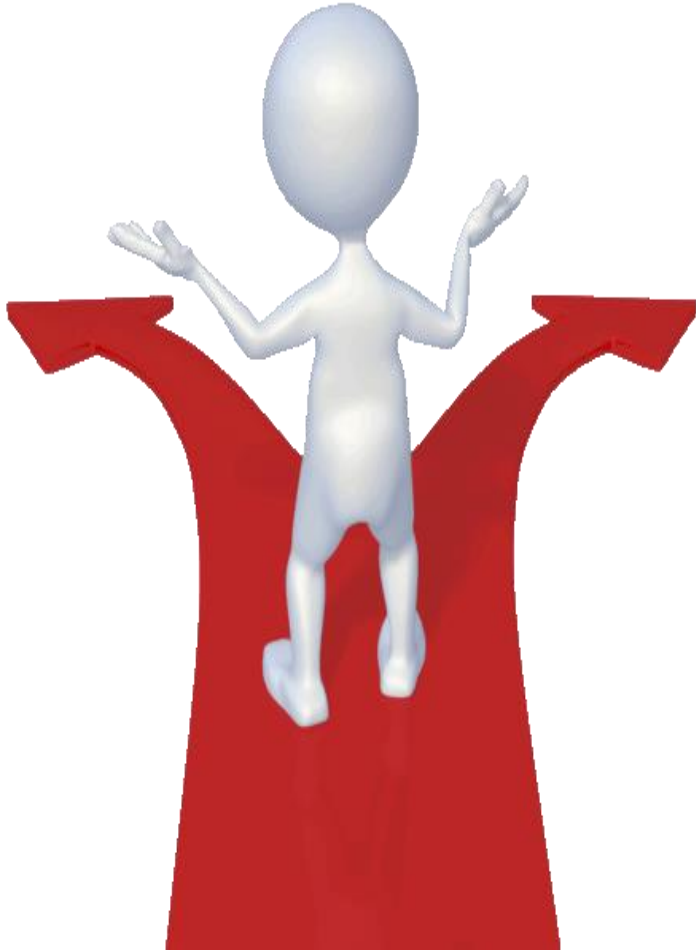
- Deben certificarse (ver propuesta detallada) para poder seguir ejerciendo
- Permiso provisional (tiempo limitado) mientras logran la certificación, si tienen prueba de estudio

OTROS GUÍAS

- Cursos obligatorios de certificación u homologación para poder ejercer



Recomendaciones



- **Tomar una fuerte medida radical: Todo guía para renovar su RNT debe haber tomado cursos, para acreditar un mínimo 100 créditos** de acuerdo al programa que les presente la Corporación. Los créditos se otorgan por el número de horas de cada curso o especialización.
- **Exigir a los guías Básicos y Rezagados para volverse guías Integrales deben:**
 - Demostrar nivel de ingles B2
 - Certificarse en la norma técnica turística Icontec 0010 shore excursion (40 créditos)
 - Especializarse en historia, arte, geografía de Colombia y Cartagena que les permite la certificación en la Norma Turística Icontec 008 guía en museos y atractivos turísticos.

Recomendaciones



- Los guías Premium y los Integrales que no tienen certificación Aquila para poder seguir siendo clasificados en estos niveles, deben certificarse en esta norma 0010 y completar sus 100 créditos con otros cursos.
- Los guías Premium e integrales que ya están certificados por Aquila, para continuar en su clasificación deben hacer obligatoriamente el curso de mercadeo de 64 horas y completar las 100 horas con otros cursos.
- Diseñar un sistema mediante el cual los guías informales capacitados, que tienen estudios superiores en otras carreras diferentes a la guianza, o estudios superiores en el exterior, puedan lograr el título de guías profesionales demostrando su eficiencia mediante un examen que evidencie sus conocimientos en guianza y manejo del idioma y exigiéndoles una certificación en una de las normas turísticas de Icontec para guías.



MUSEO DEL ORO CARTAGENA

Es de urgente necesidad implementar una especialización en la Norma turística de Icontec NTSG008. para guiar en museos.

En los museos, si un guía no especializado conduce un grupo, este solo debe acompañar al guía especializado en su recorrido.

Sí hay guías especializados y certificados, en los museos podría estudiarse la posibilidad de incluir en el valor de la entrada el servicio de guianza.

Presentación



La Marca Personal

- Identificación como guía:
 - Carnet visible en todo momento señalando los idiomas en que puede guiar.
 - Presentación personal – se deben seguir unas pautas para hombres y mujeres, para garantizar una buena presentación personal
 - “Perfil /Hoja de vida”
 - Foto
 - Competencias, especialidades, logros, idiomas, dirigida al contratante (operador / agencia o turista)
 - Tours ofrecidos
 - Disponible en papel (tarjeta, folleto), internet (ver propuesta) y app para smartphone

Creación de un programa de estímulos

Concurso “El Guías de los Guías”



- Se refuerzan las características clave de un buen guía de turismo (Conocimientos, Técnicas de guianza, idiomas y sentido de pertenencia)
- Cada Asociación nombra un guía para concursar
- También los guías se pueden nominar entre ellos
- Los operadores también nominan.
- Un jurado, otorgando puntos según las características
- Los ganadores reciben premios en dinero y si es posible, la oportunidad de viajar a conocer mejores prácticas de guianza en otro país.
- Los ganadores pueden volverse capacitadores.

Mejores prácticas e innovaciones

Consejos



- **Presentación del itinerario** – antes de empezar el tour
- Explicación de duración en cada atractivo.



- **Valor agregado/sorpresa**
- Información extra – ej. Tips para el turista
- Obsequio – regalo, por ejemplo un postal o una artesanía pequeña
- Mejora la experiencia del tour (y genera más propinas)



- **“El cliente amigo”** – crear un ambiente de confianza, donde el guía se vuelve amigo del turista, compartiendo su ciudad con el, según el perfil del turista, respetando las normas interculturales de cada target.

Mejores prácticas e innovaciones

- Brindar explicaciones detalladas que integren múltiples disciplinas (ej. historia + arquitectura + folklor)



- Demostrar gran interés por los turistas. Es necesario que los guías identifiquen las necesidades, preferencias de sus turistas para cumplir con las expectativas.



- Integrar el grupo

- Desarrollar comportamientos frente a los protocolos y modales que utilizan los estratos altos, porque los turistas virtuosos que están llegando a Cartagena son más exigentes a nivel de urbanidad, etiqueta y protocolos culturales.



Recomendaciones



- Mejorar el nivel de conocimiento del guía, que no se limite a lo que los turistas pueden encontrar en el internet.

- El guía debe informar al turista sobre las legislaciones que rigen en el país, para que no incumpla o viole la misma por ignorancia.



- Es importante la puntualidad en los tours, porque para los extranjeros un retraso de 15 minutos es una falta de respeto.



- Es importante que los guías se apoyen con ayudas visuales novedosas para las explicaciones de algunos eventos de sus tours.



- Audio guía – se recomienda contemplar el uso de audio guía para complementar la guía personal y garantizar una buena audición.



- Verificar que el sonido sea el adecuado, que todos puedan oír y ser escuchado.

ASOCIACIONES



Unión temporal
Óptimos LTDA – Peter Dale

EL SECTOR



CARTAGENA DE INDIAS

WORLD HERITAGE CITY



**ALCALDÍA MAYOR
DE CARTAGENA DE INDIAS**

Distrito Turístico y Cultural

El Sector

Calidad en la Formación de Guías



- ❖ Abrir una **Especialización universitaria de Guianza** de 1 año para profesionales con carreras afines (ej. Historiadores, Biólogos, Arquitectos) que les afiance y profundice los conocimientos específicos en el turismo de Cartagena. Para que puedan obtener su tarjeta profesional y ejercer legalmente la guianza
- ❖ Verificar que las personas que desean cursar estudios de guianza además de tener un **buen nivel de ICFES** tengan también las **aptitudes** (facilidad de hablar en público, buen estado físico, relaciones interpersonales, buena formación en urbanidad, inteligencia emocional) y la **vocación para ser guías** (Amor por la patria, la ciudad y deseos de compartirlo)
- ❖ Las entidades formadora de guías deben: revisar la calidad del contenido del curso actual de tecnólogo para asegurar que el nivel de los nuevos egresados sea óptimo, y garantice;
 - ❖ Nivel de inglés B2
 - ❖ Conceptos generales de Historia, Geografía, Biología, Arquitectura, Antropología, Agronomía, Ingeniería Ambiental
 - ❖ Etiqueta y protocolo

El Sector

Calidad en la Formación de Guías



- ❖ Las tendencias actuales del medio, exigen que los guías tengan formación universitaria.
- ❖ El programa actual del Sena no es el adecuado porque la entidad solo ofrece un nivel tecnológico con temáticas básicas a nivel virtual, el modelo no está funcionando la guianza no está siendo vista como un tema profesional
- ❖ Aunque su programa académico es interesante su metodología no es la adecuada porque sus clases son virtuales y solo una clase presencial semanal lo cual no se considera suficiente para formar guías con alta calidad en Cartagena
- ❖ Contar con docentes e instructores especializados en diversas áreas (arquitectura, antropología, Ingeniería naval, ingeniería ambiental, historia etc.) porque en la actualidad un mismo instructor esta encargado de todo el programa.



Control de Calidad

- Sistema de observación y control de calidad de guías a través de un programa permanente de “Mystery Shoppers” en tours – feedback a los guías, alerta de problemas, premios para los mejores y exigencia de mejora.
 - Control (prohibición) de guías informales
 - Puntos de atención y contratación oficial de guías profesionales
 - Tours ofrecidos
 - Tarifas claras
 - En sitios claves de la ciudad – Torre del Reloj, Sociedad Portuaria (en vez del sistema actual) Muelle de la Bodeguita.



Promoción: “The City by Locals”

- **Creación de un portal web de promoción de tours guiados y contratación de guías profesionales, avalados por Fontur y CTC.**
 - “Ficha técnica” de cada guía con:
 - Foto, Experiencia, certificaciones, idiomas, testimoniales de clientes satisfechos, especializaciones, tours que ofrece, tarifas.
 - Sistema de Búsqueda por estos elementos
 - Links al portal en la página de la Corporación, hoteles etc.
- **Crear Aplicación para smartphone**
 - Con la misma información, disponible en el aeropuerto e internet.

El Sector



Facilidades:

- ❖ Diseñar rutas o corredores peatonales exclusivos para el desarrollo de la guianza.
- ❖ Implementar controles a las ventas ambulantes en las zonas de guianza, lo cual generará un ambiente más agradable y seguro para los turistas.
- ❖ Desarrollar puntos controlados y seguros para el comercio informal.
- ❖ Incrementar el servicio de baños públicos en los corredores turísticos o puntos estratégicos de la ciudad para uso exclusivo de los turistas.

El Sector



- Asignar cubículos de venta organizados a las asociaciones de guías en los que mediante afiches, volantes den a conocer en los diferentes tours ofrecidos los recorridos, actividades, precios y toda la información a turistas.





Contratantes



Unión temporal
Optimos LTDA – Peter Dale



Recomendaciones



- Por difícil movilidad en la ciudad, estudiar la posibilidad que se ofrezcan en los cruceros tours en los que se llega a la ciudad vieja en catamarán con desembarque en el Muelle de la Bodeguita, sitio en el cual los turistas abordarían los buses de los tours o iniciarían su walking tour.

Contratación

Para guías competentes y certificados

- Segmentación en tarifas para guías según el escalafón
- NO contratar guías no certificados
- Exigir pago de salud, pensión y ARL.
- Recomendar guías informales para que sean certificados y se incluyan en el programa de homologación.



Grupos más pequeños:

- Para mejorar la experiencia, mayor relación guía-turista y el nivel de atención a los turistas, manejar grupos de máximo 20 personas
 - Dos guías para una buseta de 40 personas, cada guía maneja un grupo de 20 turistas.



Foro/Diálogo con Guías

- Trabajo en conjunto entre operadores y guías para identificar estrategias para mejorar los tours y lograr experiencias más satisfactorias de los turistas. Por ej.:
 - Incluir en los tours más actividades interactivas
 - Que el turista sea más actor que espectador
 - Recorridos más dinámicos
 - Maximizar el tiempo del tour
 - Minimizar los recorridos evitando el tráfico
 - Eliminando actividades poco atractivos
 - Sugiriendo actividades nuevas
 - Cambios y modificaciones al recorrido
- PREMIAR a los guías que participen y cuyas ideas se implementen.



ATRATIVOS TURÍSTICOS



Recomendaciones



- ❖ Incrementar el servicio de baños públicos en los atractivos turísticos, para uso de los turistas.

- ❖ Implementar programas diarios de aseo de los principales sitios turísticos lo cual contribuiría a mejorar la imagen de la ciudad.



- ❖ Solicitar a Fontur o a las autoridades competentes estudie la posibilidad de incluir en el precio de entrada a los monumentos o museos, el costo del tour guiado para grupos de 10 turistas.



OFERTA



Mejores prácticas e innovaciones



Realizar tours dinámicos, activos y divertidos.
Hacer tour más divertidos, utilizando técnicas que diviertan, especialmente a las familias con niños.

Teniendo en cuenta el intenso sol de la ciudad, o la lluvia, ofrecer la posibilidad de parasoles o paraguas para los turistas en los recorridos que incluya el tour.



Volver sus tours más experienciales, que les permita vivir sensaciones y emociones positivas en la ciudad.

En los walking tour, incluir la degustación de frutas o dulces que ofrecen las palenqueras, para la introducción del grupo a la cultura de esta región.



Recomendaciones



- Volver más experienciales los walking tour.
- Estudiar la posibilidad de desarrollar tours teatrales para las explicaciones históricas en algunos monumentos, lo cual podría hacer más divertido y más adecuado al target infantil, que está llegando en el crucero de Disney.



- Lograr que los shows folkloricos incluidos en la mayoría de los tours sean más largos, y permitan vivir la experiencia de bailar estos ritmos, lo cual agrada a la mayoría de turistas.



- Diseñar tours de aventuras y deportes náuticos que permitan la trasmisión de vivencias y conocimientos profundos sobre la biodiversidad y la cultura.

Recomendaciones



- Implementar campañas nacionales que permitan incrementar el turismo hacia Cartagena desde otros destinos diferentes a Bogotá.



- Es necesario controlar los lugares de adquisición de tours, así como estandarizar las tarifas tanto para turistas nacionales como Cruceristas, lo cual permitiría minimizar los cobros excesivos y la contratación de guías informales.

Recomendaciones



Itinerario

DIA 1

-8:30 am salida del ex ranchón Metrocentro
-8:30am llegada a Posatempo
-10 am salida de Posatempo
-11 Llegada a Campo Escuela Atacatí tiempo para Canopy y juegos
-1 Almuerzo tipo picnic y cada quien ve como come (jaja) en campo Escuela
-2:30 salida de campo Escuela
-3:30 Llegada a Miramundo
-Armar tiendas (ojalá lo logren)
-5pm Preparativos fogata y cena común de allí disfruten el resto de la noche

DIA 2

-6:30 desayuno con la naturaleza
-8:30 Caminata al Pital y alrededores
-11:30 Regreso a Miramundo
-1pm Almuerzo tipo picnic y cada quien ve como come (jaja) en lugar de camping
-2:30 Empacar tiendas
-3:30am Regreso a S.S.
-5:30pm Hora aprox de llegada a Metrocentro.

- Es importante trasladar las tiendas de compras de esmeraldas que están ubicadas en el barrio Bocagrande a la ciudad amurallada para que no se pierda tiempo en el desplazamiento de ida y regreso.

- Es necesario que las agencias operadoras o guías independientes ofrezcan al turista un itinerario al iniciar el tour sobre los lugares a visitar y tiempos en cada lugar y que cumplan con este itinerario.

- Para los guías y operadores es importante que los diseños de los tours sean más congruentes con el tiempo disponible por los turistas.



Recomendaciones



- Los carros, buses y catamaranes son parte importante del tour, por esto debe asegurarse que los turistas se sientan cómodos.
- En los tours se presentan momentos “muertos” como recorridos en buses; en estos momentos sería importante brindarles a los turistas información como volantes y folletos, bebidas típicas, degustaciones.
- Cuando se ofrecen tours con temáticas específicas como rutas industriales ej.: “Tours de azúcar”, se debe cumplir con el objetivo de lo que se está ofreciendo.
- Desarrollar tours con duraciones promedio de 5 horas que permitan a los Cruceristas la realización de un mayor número de actividades en la ciudad. Buscando agilidad en los desplazamientos, porque en la actualidad el mayor tiempo del turista es en un bus desplazándose de un lugar a otro.

Recomendaciones

- Se aprecia también que aún hay espacio para la innovación de tours en Cartagena, que incluyan más actividades como:

La agroindustria: tour de visitas a fincas ganaderas, con actividad como montar a caballo y degustar comida y bebidas típicas.



Aventuras náuticas como aprender y practicar ski.

Tours de la cadena productiva: como la portuaria, cementera, petrolera, etc.



Recomendaciones



Megaresorts



Turismo de masa



Parques de atracciones



Turismo Religioso



Experiencias únicas y turismo de lujo

De acuerdo a las tendencias del turismo 2014-2030, desarrollar tours dirigidos a los siguientes targets:



Amigos de mascotas

Solo **Adultos Seniors** o personas mayores



Solo Mujeres





**Solteros y Solteras
Millennios**



Gays y comunidad LGTB



Mujeres de Negocios



Familias con niños



Monoparentales (padre e hijos- Madre con hijos)

DEMANDA





- Tener permanentes campañas promocionales nacionales para estimular el turismo a la ciudad.
- Puntos de venta de tours guiados en la SRPC, y en puntos estratégicos de la ciudad.
- Colaborar para el desarrollo de Páginas web para las empresas de las asociaciones, bien diseñadas, en inglés y que generen confianza.
- Campañas a targets específicos para ofrecerles tours especiales para su grupo.
- Free press con casos de éxito de guías: ejemplo el que ama a Cartagena, el innovador, los que se esforzaron por aprender nuevos idiomas o el que se certificó y le ha ido muy bien, para mejorar la imagen del subsector.



5. Plan de acción de mejoramiento de las competencias

- Programa de capacitación para guías
- Programa de capacitación para Asociaciones

Plan de capacitación para los guías

PARA LOS GUIAS

Dirigido a:

- Premium (Portugués)
- Integrales (Francés)
- Básicos (Inglés)
- Rezagados (Inglés)

CAPACITACION EN LENGUAS



Metodología:

Debe ser totalmente conversacional, para el desarrollo de las habilidades de hablar y escuchar.

Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y

Agosto

Entidades:



A Global Education Company



COLEGIO MAYOR DE BOLÍVAR



Dream of a
bilingual **Colombia**



HeartforChange

Colombia Volunteer Program

www.heartforchange.org

Profesores nativos “turistas”

MODELO EXITOSO

- Voluntarios extranjeros vienen a Colombia por 6 meses o un año para enseñar inglés
- Se les paga alojamiento y comida
- El programa opera con éxito con el Ministerio de Educación y el SENA a través de la fundación “Heart for Change”
- Además de ser profesores, juegan el papel de turistas

OTROS IDIOMAS

- El modelo se puede extender a otros idiomas como portugués

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

MERCADEO Y EMPRENDIMIENTO



Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres
- Actividades para desarrollo por parte de los guías
- Realización de tours aplicando los conocimientos

Duración:

64 horas divididas en:

- 8 hrs imagen personal
- 4 hrs Target group y Manejo de diferentes tipologías de turistas
- 8 hrs tour experiencia
- 20 hrs Desarrollo de nuevos productos
- 16 hrs Emprendimiento Innovación
- 8hrs Promoción y mercadeo digital

Entidades:



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

CONOCIMIENTO DE LA IMAGEN DEL PAÍS, DE CARTAGENA Y SENTIDO DE PERTENENCIA



Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

Duración:

8 horas divididas en:

- Imagen del país
- Por qué creer en Cartagena?
- Más allá de Cartagena (atractivos turísticos).

Entidades:



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

Duración:

10 horas divididas en:

- Primeros Auxilios
- RCP y DEA para adultos y pediátrica
- Capacitación en el uso de auto inyector de Epinefrina
- Capacitación en el uso de inhalador para asma

PRIMEROS AUXILIOS



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

Entidades:



Cruz Roja Colombiana

100 años de historias



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA
RAFAEL NÚÑEZ

PARA QUE TU DESARROLLO CONTINUE SU MARCHA



Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

ASPECTOS LEGALES EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIOS DE GUIANZA



Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

Duración:

10 horas divididas en:

- Marco legal e institucional para la guianza
- Normas legales que rigen la profesión del Guía de Turismo
- Deberes y derechos del Guía
- De las infracciones y sanciones
- Del Consejo Profesional de Guías de Turismo
- Del certificado de inscripción y ACTUALIZACIÓN en el RNT.

Entidades:



UNIVERSIDAD
JORGE TADEO LOZANO
Seccional del Caribe - Cartagena

CPG

CONSEJO PROFESIONAL DE
GUIAS DE TURISMO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CUAESTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

SERVICIO AL CLIENTE Y FUNDAMENTOS DE INTELIGENCIA EMOCIONAL ASOCIADOS AL SERVICIO AL CLIENTE TURISTICO

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

Duración:

10 horas divididas en:

- Conocimientos técnicos, prácticos sobre el servicio al cliente
- Estrategias de servicios al cliente
- Cómo mejorar el servicio al turista
- Conceptos sobre inteligencia emocional
- El proceso de relacionarse
- Importancia de la comunicación en las relaciones interpersonales
- Agresión, asertividad y sumisión
- Resolución de conflictos
- La escucha activa



Entidades:



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

SENSIBILIZACIÓN DEL IMPACTO DE LA CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA CIUDAD

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

Duración:

10 horas divididas en:

- Calidad Turística
- Plan sectorial de turismo 2014-2018 Mincit
- Plan de desarrollo ahora sí Cartagena 2013 - 2015
- Plan sectorial de Turismo
- La competitividad turística
- Punto de vista de la Cámara de Comercio
- Posicionamiento entorno competitivo del sector turístico
- Matriz y análisis DOFA de sector turístico y del subsector
- Plan de desarrollo de la Alcaldía de Cartagena
- Estrategias para mejorar el sector turismo



Entidades:



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

Duración:

10 horas divididas en:

- Planes gubernamentales territoriales y turísticos
- Patrimonio y desarrollo turístico
- Evaluación y gestión sostenible de Cartagena
- Impacto del turismo en CARTAGENA y desarrollo sostenible
- Diseño de productos turísticos sostenibles para Cartagena y sus alrededores

SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

Entidades:



Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

Duración:

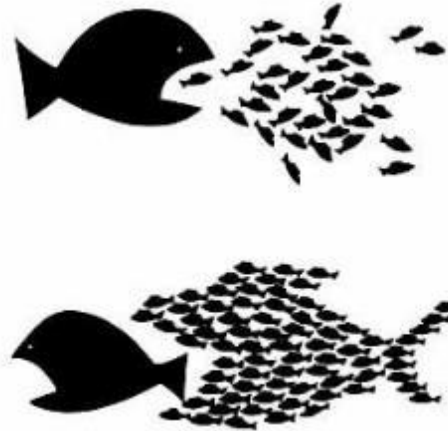
10 horas divididas en:

- Fundamentos de Asociatividad
- Metodología para el desarrollo de Redes Empresariales Turísticas
- Actores y Roles en una Red Empresarial
- Organización y Funcionamiento de una Red
- Organizaciones empresariales se fortalecen organizacional y comercialmente
- Organizaciones empresariales de turismo que desarrollan herramientas y capacidades en gestión productiva y comercial

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

ASOCIATIVIDAD



Entidades:



UNIVERSIDAD
JORGE TADEO LOZANO
Seccional del Caribe - Cartagena



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

ESPECIALIZACION EN ARTE, HISTORIA, GEOGRAFIA DE COLOMBIA Y CARTAGENA. (PERMITIRÁ LA CERTIFICACIÓN EN LA NORMA TURÍSTICA 008.)

Duración:

64 horas divididas en:

- Conceptos generales de Arte colonial, republicano, moderno y contemporáneo
- Historia, Ciencia, Tecnología, Etnografía Antropología
- Geografía turística
- Historia de Colombia
- Relaciones humanas
- Legislación cultural
- Técnicas didácticas aplicadas a la guianza
- Interpretación de guiones museográficos
- Manuales de procedimiento del museo
- Conceptos de normas relativas a los museos
- Servicio al cliente
- Interpretación del patrimonio cultural.
- Facilidades turísticas de Cartagena



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

Entidades:



Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Integrales
- Básicos (que no tienen esta certificación y hablan bien inglés)

Duración:

40 horas divididas en:

- Historia y Geografía de Bolívar, Cartagena, Colombia
- Cartagena en la actualidad
- Ecoturismo y biodiversidad
- Enoturismo, Antropología de Cartagena
- Historia, Arquitectura e importancia de los Atractivos turísticos
- Historia de la iglesia
- Técnicas de comunicación e interpretación
- Técnicas de manejo de grupo
- Manejo de tipologías de usuarios
- Técnicas de guianza
- Técnicas de animación sociocultural
- Dominio del Idioma Inglés
- Manejo del tiempo en programas con itinerarios definidos

ESPECIALIZACION PARA LA CERTIFICACIÓN EN LA NORMA 0010 SHORE EXCURSIONS



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres
- Diseño de guiones

Entidades:



Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales

TOURS DE ARQUITECTURA TURÍSTICA EN CARTAGENA DE INDIAS

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres
- Visitas a las edificaciones principales de cada tipo de arquitectura

Duración:

60 horas divididas en:

- Definición de Arquitectura
- Estilos arquitectónicos de arte
- Arquitectura como un espacio natural
- La arquitectura Colonial
- La arquitectura Republicana
- La Arquitectura actual de Cartagena
- La arquitectura naval, religiosa
- La arquitectura y el turismo
- Arquitectura de los atractivos turísticos
- Casas, construcciones e iglesias que conforman la arquitectura de Cartagena: Similitudes y diferencias con la arquitectura colonial.



Entidades:



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CARTAGENA



Universidad
Politécnica
de Cartagena



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Unión temporal

Optimos LTDA – Peter Dale

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

Duración:

10 horas divididas en:

- Historia del arte
 - Arte prehispánico
 - Arte Colonial
 - Arte Republicano
 - Arte moderno
 - Arte Contemporáneo
- Artes plásticas
- Arte dramático o escénico
- Arte musical



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres

DIPLOMADO EN ARTE

Entidades:



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CARTAGENA



Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

ESPECIALIZACIÓN EN ECOTURISMO Y ETNOTURISMO



Duración:

10 horas divididas en:

- Conceptos generales ambientales ecoturismo
- Estructura, funcionamiento del ecosistema
- Naturaleza
- Política nacional ambiental
- Sistemas de áreas protegidas
- Manejo de áreas naturaleza
- Técnicas didácticas y lúdicas
- Interpretación ambiental orientada al turismo
- Manejo y uso de equipos
- Manejo de grupos
- Técnicas de salvamento y supervivencia
- Manejo y uso de equipos de orientación

Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres
- Deben incluirse talleres de cocina
- Recorridos por manglares y observación de aves y flora.
- Visitas a los parques naturales

Entidades:



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CARTAGENA



UNIVERSIDAD
JORGE TADEO LOZANO
Seccional del Caribe - Cartagena



Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Premium
- Integrales
- Básicos

ESPECIALIZACIÓN EN TOURS NÁUTICOS

Metodología:

- Clases magistrales
- Prácticas

Duración:

divididas en:

- Curso de pesca con red, atarrayas, cajas.
- Pesca recreativa.
- Curso de deporte náutico: Surf
- Curso de deporte náutico: Kitesurf
- Curso de deporte náutico: windsurf
- Curso de deporte náutico: paddlesurf
- Curso de deportes náuticos como buceo o diving, snorkel
- Curso de deportes náuticos: vela
- Curso de deporte náutico: Kayak.
- Curso de Buceo a pulmón
- Curso de buceo con tanques



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Entidades:



Unión temporal

Optimos LTDA – Peter Dale

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Integrales
- Básicos

ETICA, Y CONDUCTA EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE GUIANZA



Duración:

divididas en: 8 hrs

- Qué es la ética?
- Cómo puede el guía de turismo proyectar una conducta ética?
- Deberes de los guías de turismo
- Obligaciones de los guías de turismo
- Prohibiciones a los guías de turismo
- La lealtad y el respeto del guía de turismo
- Uso indebido de la tarjeta profesional
- Infracciones y sanciones
- Estudio de casos

Metodología:

- Clases magistrales
- Talleres
- Estudio de casos

Entidades:



UNIVERSIDAD
JORGE TADEO LOZANO
Seccional del Caribe - Cartagena

Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Plan de capacitación para los guías

Dirigido a:

- Integrales
- Básicos

Duración:

divididas en: 8 hrs

- Características típicas de los conflictos
- Identificar y hablar de los diversos tipos de conflicto.
- Factores psicológicos y sociales en la presencia de conflictos
- Identificar las causas de los conflictos, analizarlos, cuantificar la gravedad de los mismos y resolverlos positivamente.
- Identificar y utilizar las cinco estrategias de manejo de conflictos y sus consecuencias positivas y negativas
- Complacer, Evitar, Colaborar, Compromiso, Competir.
- Conocer los factores del manejo de las emociones y reforzar las relaciones interpersonales..
- Distinguir las posiciones de los intereses de los involucrados en los conflictos.
- Técnicas para resolver conflictos
- Establecer una relación ganar – ganar Presentar propuestas para la solución de conflictos en el ambiente turístico.

SEMINARIO TALLER DE MANEJO DE CONFLICTOS Y TECNICAS PARA SU RESOLUCION



Metodología:

- Exposición de conceptos por el conferencista
- Debate entre los participantes
- Ejercicios grupales de conflictos reales

Entidades:



UNIVERSIDAD
JORGE TADEO LOZANO
Seccional del Caribe - Cartagena

Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Unión temporal

Optimos LTDA – Peter Dale



Plan de capacitación asociaciones coaching para las asociaciones

PROGRAMA DE COACHING PARA LAS ASOCIACIONES

- LIDERAZGO ETICA Y VALORES
- TALLER DE EMPRENDIMEINTO

PROGRAMA DE COACHING PARA LAS ASOCIACIONES

Dirigido a:

- Integrales
- Básicos

Metodología:

- Clases magistrales

Duración:

divididas en: 4 hrs

- Qué es la ética?
- Cómo puede el guía de turismo proyectar una conducta ética?
- Deberes de los guías de turismo
- Obligaciones de los guías de turismo
- Prohibiciones a los guías de turismo
- La lealtad y el respeto del guía de turismo
- Uso indebido de la tarjeta profesional
- Infracciones y sanciones
- Estudio de casos

LIDERAZGO ETICA Y VALORES



Horarios

Días: Lunes, martes y miércoles

Horas: 6 p.m. a 8 p.m.

Meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto
(Sugerencia 5 días de 2 horas)

Entidades:



UNIVERSIDAD
JORGE TADEO LOZANO
Seccional del Caribe - Cartagena

Programa de coaching para asociaciones

Duración: 60 hrs

- Qué es emprendimiento?
- Los storymakers: Conceptos generales de mercadeo
- Imagen empresarial
- Target group, Manejo de diferentes tipologías
- Cómo hacer un tour experiencial.
- Desarrollo de nuevos productos
- Emprendimiento e Innovación
- Desarrollo de tours Gastronómicos
- Promoción, Publicidad y Mercadeo digital.
- Técnicas para el desarrollo de ayudas didácticas a utilizar en los tours.

EMPRENDIMIENTO



Entidades:



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Lugar: oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena
(Grupo de 30 miembros por sesión)



Programa de fortalecimiento empresarial para las asociaciones

Programa de coaching para asociaciones

SEMINARIO TALLER MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE CARTAGENA

Duración: 10 hrs

- Este taller deberá incluir los siguientes temas:
- Plan sectorial de turismo 2014-2018 Mincit
- Plan de desarrollo ahora sí Cartagena 2013 - 2015
- Plan sectorial de Turismo de Cartagena 2014-2015
- La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino en cuanto a la guía...
- Posicionamiento y entorno competitivo del sector turístico de Cartagena
- Matriz y análisis DOFA de sector turístico y de I subsector
- Plan de desarrollo de la Alcaldía de Cartagena.
- Estrategias para mejorar el sector turismo de Cartagena y el subsector



Entidades:



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos
- Duración del curso: 10 horas
- El número de salones 1
- Cada grupo debe máximo ser de 30 miembros 3 de cada asociación.
- Lugar: En las oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena.

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Programa de coaching para asociaciones

Duración: 30 hrs

- Qué es la planeación estratégica?
- Definición del ámbito competitivo
- Definición de tareas directivas
- Definición de objetivos
- Definición y establecimiento de la misión, visión de la empresa
- Ventajas y desventajas competitivas sostenibles
- Análisis DOFA de la entidad y recursos de la empresa
- Definición de estrategias, políticas de calidad, planes de acción
- Definición de los procesos e indicadores
- Definición de políticas de inversión
- Enlace de los planes estratégicos con los operativos

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA NUEVA EMPRESA



Entidades:



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Lugar: oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena

(Grupo de 30 miembros por sesión)

Programa de coaching para asociaciones

Duración: 32 hrs

- Definición y gestión del talento humano
- Liderazgo
- Derecho Laboral y Contratos
- Gestión por Competencias
- Desarrollo Humano
- Teoría de las Organizaciones
- Comunicación Organizacional
- Ética Empresarial
- Comportamiento Organizacional
- Sistemas de Selección
- Importancia de la capacitación
- Salud Ocupacional
- Compensación y Productividad
- Seminario de Recursos Humanos
- Seminario de Información para la Gestión del RRHH
- Medición de la Gestión del Recurso Humano

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO. LIDERAZGO.



Entidades:



Fundación Tecnológica
Antonio de Arévalo
TECNAR de Cartagena



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Lugar: oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena
(Grupo de 30 miembros por sesión)

Programa de coaching para asociaciones

Duración: 8 hrs

- En el mercado de cruceros
- En el mercado vacacional
- En el mercado de congresos y eventos
- Otros segmentos del mercado a conquistar (comunidad LGTBI, familias monoparentales, tías profesionales sin hijos y con sobrinos, solteros y solteras milenios, mujeres ejecutivas, etc)
- Manejo de diferentes tipologías de turistas. 4 horas.
- Características de los principales segmentos del mercado analizados y su correspondencia con los servicios de guianza. Diferencias culturales.
- Tipología de los diferentes targets.

MERCADOS OBJETIVOS Y CARACTERIZACION DE CLIENTES



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Lugar: oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena

(Grupo de 30 miembros por sesión)

Programa de coaching para asociaciones

GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA

Duración: 8 hrs

- Qué es la Calidad Turística "Q"
- Objetivos de la calidad turística
- Normas técnicas sectoriales
- Cómo certificarse en calidad turística



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Lugar: oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena

(Grupo de 30 miembros por sesión)

Programa de coaching para asociaciones

Duración: 32 hrs

- Introducción a la Administración Turística
- Instituciones y Políticas Turísticas
- Contabilidad General
- Introducción a las Finanzas
- Estadística
- Economía Regional
- Microeconomía
- Macroeconomía
- Matemáticas Financieras
- Derecho Comercial y Laboral
- Proceso Administrativo
- Finanzas de Corto Plazo
- Mercado de Capitales
- Finanzas Corporativas
- Moneda y Banca
- Banca de Inversión

GESTIÓN FINANCIERA EN UNA EMPRESA TURÍSTICA



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Lugar: oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena

(Grupo de 30 miembros por sesión)

Entidades:



Programa de coaching para asociaciones

Duración: 10 hrs

- Calidad Turística
- Plan sectorial de turismo
- Plan de desarrollo ahora sí Cartagena 2013 - 2015
- La competitividad turística
- Punto de vista de la Cámara de Comercio.
- Posicionamiento y entorno competitivo del sector.
- Matriz y análisis DOFA de sector turístico y del subsector.
- Plan de desarrollo de la Alcaldía de Cartagena.
- Estrategias para mejorar el sector turismo

COMPETITIVIDAD DE CARTAGENA Y GESTION DE CALIDAD TURÍSTICA



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Lugar: oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena

(Grupo de 30 miembros por sesión)

Entidades:



Programa de coaching para asociaciones

Duración: 32 hrs

- Planes gubernamentales territoriales y turísticos
- Patrimonio y desarrollo turístico
- Evaluación y gestión sostenible
- Impacto del turismo y desarrollo sostenible
- Diseño de productos turísticos sostenibles
- Fundamentos de Asociatividad
- Metodología para el desarrollo de Redes Empresariales
- Actores y Roles en una Red Empresarial
- Organización y Funcionamiento de una Red
- Organizaciones empresariales de turismo
- Asociatividad gremial, lineamientos.
- Cooperativismo y bienestar social

SOSTENIBILIDAD Y ASOCIATIVIDAD



Metodología:

- Capacitación para el desarrollo de las habilidades y mejora del desempeño a través del coaching.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de ideas y procesos

Horarios

Días: Lunes a viernes

Horas: 6 p.m. a 9 p.m.

Lugar: oficinas de la Corporación de Turismo de Cartagena
(Grupo de 30 miembros por sesión)

Entidades:



