

Informe Final

Caracterización de la Cadena Productiva del Turismo en la Ciudad de Manizales

Trabajo de Asistencia de Investigación

María Idally Buitrago Orrego

Stefanía Gallego Castaño

Facultad de Administración

Programa de Administración Turística

Universidad Católica de Manizales

Informe Final

Caracterización de la Cadena Productiva del Turismo en la Ciudad de Manizales

María Idally Buitrago Orrego

Stefanía Gallego Castaño

Trabajo presentado como modalidad de grado para obtener el título de Administradoras  
de Empresas Turísticas

Universidad Católica de Manizales

Facultad de Administración

Programa de Administración Turística

A mi abuela, madre y padre agradezco por su infinito apoyo en cada etapa de mi aprendizaje y al logro de mis objetivos como persona y como profesional.

A los docentes del programa por contribuir al desarrollo de mi formación y hacer parte de este camino de preparación.

Stefanía Gallego Castaño

Agradezco infinitamente a Dios por demostrarme su amor a diario y por ayudarme siempre a salir adelante. Gracias por mis padres y por cada esfuerzo que han hecho para ayudarme a llegar a donde estoy hoy.

Gracias a todos y cada uno de los docentes con los que he tenido la oportunidad de encontrarme a lo largo de mi proceso de formación, que me han enseñado todo lo que hoy sé y que harán de mí una excelente profesional.

María Idally Buitrago Orrego

## 1. RESUMEN

En la dinámica turística de cualquier ciudad es necesaria la identificación de los diferentes actores, instituciones, operaciones y empresas que se interrelacionan y que permiten el fortalecimiento del sector turístico de acuerdo al potencial y vocación turística que éstas tienen.

Para que la actividad turística tenga un máximo aprovechamiento, es necesaria la identificación de cada uno de los actores, que de ahora en adelante llamaremos eslabones y que deben estar integrados dentro de la cadena de servucción turística, la cual funciona como facilitadora, gestora y motivadora del turismo dentro de la ciudad de manera adecuada y sostenible.

La cadena productiva del turismo en la ciudad de Manizales, evidencia el proceso y la relación que hay entre sus diferentes eslabones, los cuales intervienen en la planificación y ejecución turística de la ciudad y, a su vez, hace necesario el análisis de las características que estos mismos poseen, pues al hablarse de integración se debe conocer primero cuáles son los actores que forman parte de ellos y segundo las cualidades que poseen y que son necesarias conocer para hablar de un turismo bien desarrollado, apto para los visitantes y que sea competitivo en la medida en que se conozca su importancia dentro de cada eslabón.

La investigación al ser de tipo cualitativa y descriptiva detalla y analiza desde la parte crítica y teórica, cuáles son los actores más importantes para la integración de la cadena productiva del turismo y que se relacionan con el proceso turístico, en este caso dentro de la ciudad de Manizales.

**Palabras clave:** eslabón, turismo, cadena productiva, actores, Manizales.

## 2. ABSTRACT

In the tourist dynamic of any city it is necessary to identify the different actors, institutions, operations and companies that are interrelated and that allow the strengthening of the tourism sector according to the potential and tourist vocation that they have.

In order for tourist activity to have maximum use, it is necessary to identify each of the actors, who from now on will be called shackles and who must be integrated within the chain of tourist service, which acts as facilitator, manager and motivator of tourism within the city in an appropriate and sustainable manner.

The productive chain of tourism in the city of Manizales, evidences the process and the relationship that exists between its different links, which intervene in the planning and tourism execution of the city and, at the same time, makes necessary the analysis of the characteristics that they own, because when talking about integration you must first know what are the actors that are part of them and second the qualities they possess and that are necessary to know to speak of a well developed tourism, suitable for visitors and competitive in the extent to which its importance is known within each link.

The research to be qualitative and descriptive type detailed and analyzed from the critical and theoretical, which are the most important actors for the integration of the productive chain of tourism and related to the tourism process, in this case within the city of Manizales.

**Key words:** shackle, tourism, productive chain, actors, Manizales.

### 3. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una de las actividades más importantes y que aporta un porcentaje significativo a las economías de muchos países alrededor del mundo. La gran expansión que ha tenido esta actividad en los últimos años se ha convertido en razón importante para estudiarlo detenidamente y fortalecerlo con diferentes medidas adoptadas por los territorios y así convertirse en destinos de calidad apetecidos por los millones de turistas que viajan anualmente.

Colombia se ha transformado en un referente turístico a nivel mundial y se ha visto sumamente beneficiado por esta tendencia de crecimiento global del turismo. Características como la biodiversidad de fauna y flora, la amabilidad de la gente, la diversidad cultural y las tradiciones se han convertido en los activos turísticos más importantes del país y han hecho de su estrategia comparativa y competitiva una de las más apetecidas y deseadas en la industria turística. Muchas de sus ciudades y regiones le han apostado fuertemente a desarrollar estrategias y productos turísticos que no sólo aportan al crecimiento económico, sino también al fortalecimiento de las culturas, las comunidades y el medio ambiente.

En el marco del boom del turismo sostenible, muchos atractivos turísticos del país han optado por implementar nuevos tipos y tipologías de turismo, como lo es el ecoturismo y todo el turismo relacionado con la naturaleza y las comunidades, lo cual le ha dado un aire nuevo a la actividad turística y se ha convertido en uno de los motivos principales de viaje de los turistas de hoy en día.

Manizales, capital del departamento de Caldas y única ciudad dentro de la Declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia, ha demostrado el alto potencial y deseo que tiene por volverse una de las ciudades turísticas más reconocidas del país; y no por tipologías que comprenden un turismo masificado, sino por optar por un turismo más especializado y guiado hacia la sostenibilidad.

Toda la actividad turística que se da en la ciudad de Manizales es sin duda un trabajo en unión y con el esfuerzo de diferentes actores y prestadores de servicios turísticos que facilitan y tienen a cargo llevar a cabo la prestación de un servicio de calidad. Esta sinergia y trabajo interrelacionado es el que da lugar a la caracterización de la cadena productiva del turismo en la ciudad.

#### **4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las actividades productivas no son lo suficientemente efectivas cuando se realizan de manera aislada y sin interrelacionarse unas con otras. Los contextos sociales y económicos enmarcan cada actividad en un modo de producción que involucra a las fuerzas productivas, con sus medios y objetos de trabajo; de igual manera a las relaciones sociales que recrean la forma como se desarrolla el proceso, ya sea a través de un trabajo intelectual complejo o elemental manual, o bien por la interdependencia entre los agentes económicos que configuran una participación en conjunto y articulada, develando la forma que se ejerce el derecho de propiedad sobre los medios y sobre el producto.

Esta visión involucra el concepto de competitividad, más allá de la diferenciación con las empresas, la satisfacción del cliente o el deseo del consumidor, se trata de la búsqueda incansable por la generación de valor. La competitividad de una empresa, de una región o de un sector, no depende exclusivamente de ellos mismos, sino de las condiciones propias y del entorno dentro del sistema de la cadena productiva, permitiendo así que los eslabones fortalezcan su capacidad para producir y participar en el mercado.

En la actualidad, los eslabones que en teoría sustentan una cadena productiva tienen un conocimiento limitado de la dinámica de esta como un todo. Cada eslabón se soporta dentro de la cadena con otros eslabones que lo anteceden y a su vez, apoyarán a los eslabones que lo suceden, sin embargo, lastimosamente esta dinámica no siempre es entendida como un trabajo articulado en conjunto, sino que opera de manera irregular y autónoma, generando rupturas importantes en la cadena de valor y obstruyendo su conformación como un todo integrado. El turismo es un sector en crecimiento y por su dinámica intersectorial configura una cadena productiva, definida por algunos estudios como sistema turístico; es por ello que hoy en día, el turismo en la ciudad de Manizales enfrenta un desafío que, de no ser tratado a tiempo, podría causar la pérdida masiva de oportunidades y la facultad para alcanzar los niveles de



competitividad regional, sectorial y nacional.

Es a partir de lo anterior y partiendo de la necesidad de todo municipio o región por tener establecida la cadena de prestadores que operan la servucción de la actividad turística, que surge el siguiente interrogante: ¿Cuáles son las características que componen la cadena productiva del turismo en la ciudad de Manizales?

## 5. JUSTIFICACIÓN

El turismo, siendo uno de los negocios más internacionales del mundo, le ha dado a Colombia en los últimos años un aporte bastante significativo a su economía y su desarrollo. Gracias a la riqueza y a la diversidad de las diferentes regiones del país, son muchos los motivos de visita de los turistas y le ha dado un cambio de imagen a nivel exterior. Sin embargo, para que el turismo del país se vuelva más competitivo y lo beneficie cada vez más, es necesaria la organización y la estructuración de funciones y procesos desde el nivel nacional hasta el nivel local.

La ciudad de Manizales, que se encuentra situada en el Eje Cafetero, una de las regiones más importantes del país, ha tenido un incremento de visitantes significativo en los últimos años, sobre todo por las actividades turísticas particulares en torno al agroturismo que tiene una oferta de ambiente rural, paisajes únicos y arquitectura tradicional de la zona. La ciudad de Manizales tiene una ventaja competitiva gracias a su localización en el centro del país y su fácil accesibilidad, lo cual le permite llegar fácilmente a los turistas para disfrutar de su territorio.

Al igual que la accesibilidad, existen otros aspectos y elementos del sistema turístico que juegan un papel importante al momento de planificar la actividad turística de una región, con el fin de tener una mayor comprensión y organización de lo que sucede en la ciudad o destino en términos de turismo. Para que esto suceda se hace necesaria la sinergia, interacción e interrelación entre los diferentes entes y actores turísticos de la ciudad para que las prácticas turísticas se lleven de la manera más armoniosa posible.

Para que esta sinergia se lleve a cabo, es fundamental identificar los diferentes elementos que juegan un papel significativo dentro de la labor turística, para que estos se vinculen entre sí y puedan brindar un servicio turístico de calidad a los visitantes.

Con base en lo anterior, surge la necesidad de caracterizar la cadena productiva del turismo en la Ciudad de Manizales, identificando cada uno de los eslabones que la

conforman para que la prestación de los servicios dentro de la ciudad sea acorde con el aporte a la actividad que prestan a la misma.

Esta caracterización es importante, ya que hace posible que se conozcan las particularidades que forman parte de ella y permite que el proceso de servucción sea ejecutado de manera sinérgica, donde los actores que la integran son los entes más representativos y quienes juegan un papel relevante al momento en que se habla de cadena del turismo, pues son ellos quienes hacen que una ciudad o destino, en este caso la ciudad de Manizales, brinden un turismo con prestadores de servicios turísticos de buena calidad al entorno que lo rodea siendo foco de interés por su integración en la cadena productiva del turismo.

## 6. OBJETIVO GENERAL

En el marco de la asistencia de investigación al proyecto que tiene como objetivo general: “Caracterizar la Cadena Productiva del Turismo en la Ciudad de Manizales”, se dará respuesta a los siguientes objetivos planteados:

- 1) Identificar los eslabones que propician el proceso de servucción turística en la ciudad, desde el estudio de sus aportes a la actividad turística.
- 2) Analizar las diferentes características de cada uno de los eslabones que integran a la cadena productiva del sector turístico de la ciudad de Manizales.
- 3) Definir los parámetros para caracterizar los diferentes actores que pertenecen a la cadena de valor.

El objetivo número uno (1) se define lo que es la cadena productiva del turismo desde una perspectiva global, describiendo cada uno de sus eslabones y mostrando su papel dentro del proceso de servucción turística. Con esta caracterización se identifica el rol específico que tiene cada eslabón dentro del proceso turístico y se evidencian las relaciones de agregación de valor entre cada uno de los ellos. Gracias a esta información obtenida, nace la necesidad de ver toda la información previamente recolectada reflejada en la actividad turística real desde cada uno de los eslabones.

En el objetivo número dos (2) se analizan las diferentes características de cada uno de los eslabones que integran a la cadena productiva del sector turístico desde una perspectiva más puntual, la cual es dentro de la ciudad de Manizales y pretende conocer su estado actual, cuáles son los eslabones que actualmente están conformados dentro de ella y las actividades que influyen para que la cadena del turismo se desarrolle de manera conjunta y armoniosa para la prestación de los servicios turísticos.

Para el objetivo número tres (3) se definen los parámetros para caracterizar los diferentes actores que pertenecen a la cadena de valor, dada su importancia para toda la actividad turística y por esta razón se hace necesaria la definición de instrumentos que permitan hacer esta identificación para tener un documento que haga que toda la información recolectada sea uniforme y permita resultados claros y efectivos al momento de su utilización.

## **7. MARCO TEÓRICO**

El fundamento de esta investigación proporciona una idea más clara acerca de lo que es la caracterización del turismo en la ciudad de Manizales, donde se definen los conceptos básicos que integran a la cadena productiva de turismo desde la visión de distintos autores, para así definir cuáles son los eslabones que hacen parte de ella desde el ámbito general y posteriormente explicarlos desde un punto de vista más puntual el cual es dentro de la ciudad de Manizales; esto hace que la información sea más comprensible y logre que los conceptos queden claros para el lector.

### **7.1. CADENA PRODUCTIVA**

En la ciudad de Manizales, al igual que en todas las ciudades que tienen cierto potencial turístico, existe una cadena productiva, en este caso de servicios, compuesta por unos eslabones que se relacionan y trabajan entre sí para dar lugar a la experiencia turística.

Para comenzar, daremos a continuación algunas definiciones sobre lo que es una cadena productiva para facilitar su comprensión antes de dar lugar al análisis de cada uno de sus eslabones dentro de la actividad turística de la ciudad.

Para definir la cadena productiva, es necesario entender que ninguna actividad productiva puede desarrollarse de manera aislada, pues existen relaciones de interdependencia entre los agentes económicos que demuestran una participación en conjunto y articulada. Se puede destacar que la relación entre los agentes de la producción y los servicios, es evidente, y que, al reproducirse dicha relación, el todo optimiza su desempeño comportándose como un sistema.<sup>1</sup>

Según el portal financiero, económico y empresarial “Sectorial”, una cadena productiva es un conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo, desde la compra de insumos y materias primas, hasta su transformación,

producción y comercialización.<sup>2</sup>

Una cadena está compuesta por eslabones, cada uno de los cuales puede conformarse por diversas empresas que pueden desempeñar diferentes papeles, unas pueden ser proveedoras, otras productoras y otras comercializadoras.<sup>3</sup>

Las cadenas productivas, independientemente del sector en el que se desarrollen, tienen una influencia y se ven afectadas en cierta medida por aspectos externos, los cuales pueden ser legales, políticos, económicos, sociales, ambientales, entre otros.

Independientemente de si su interés es la oferta de un bien o un servicio, las cadenas productivas suponen el diseño, la fabricación y la comercialización de dicho producto, y es en éste último punto en que la cadena llega a su eje principal: el consumidor final, el cual no sólo busca la satisfacción de sus necesidades y deseos mediante este bien, sino que también espera una superación de expectativas gracias al valor agregado que le brinda su relación con la cadena productiva.

En Colombia la creación y conformación de las cadenas productivas ha funcionado como una herramienta que permite a las empresas y al país como tal mejorar su competitividad y productividad. De allí que éstas sean tan importantes para el desarrollo de un país, pues trabajan como un mecanismo de cooperación e integración empresarial.

Las cadenas productivas, tanto en turismo como en otros sectores de la economía, facilitan la formulación de proyectos y la obtención de objetivos comunes que benefician a todos los agentes involucrados, además de incrementar significativamente las exportaciones nacionales.

Para las cadenas relacionadas con servicios, un elemento de valor clave lo constituye la atención, además del servicio al cliente que necesita tener su lugar en todos y cada uno de los eslabones de la cadena. El trabajo colectivo para coordinar el servicio es fundamental para ello.<sup>4</sup>

Según el Departamento Nacional de Planeación de Colombia, una cadena productiva es un conjunto de eslabones que se vinculan entre sí y que comprende bienes primarios convertidos en bienes intermedios, y bienes intermedios pertenecientes a cadenas productivas diferentes, todos estos produciendo unos bienes finales determinados.<sup>5</sup>

Con base en todo lo anterior, y enfocando la cadena productiva hacia el turismo, podemos decir que ésta abarca las diferentes actividades y entidades que tienen relación en un mismo sector o mercado y que se necesitan para la creación del producto turístico final desde el momento en que se empieza a plantear hasta que le es entregado al turista. La cadena productiva mediante sus eslabones encierra todos aquellos bienes y servicios que los visitantes de un determinado destino encuentran dentro de lo que éste les ofrece. El planteamiento de la cadena productiva del turismo en la ciudad de Manizales permite conocer el curso o proceso que siguen los productos turísticos de la ciudad, además de fortalecer la competitividad y productividad de ésta, posicionándola como un destino clave del país.

En conclusión, el concepto de cadena productiva en turismo abarca todos los bienes y servicios que entran en el suministro de productos turísticos a los viajeros, así como los servicios que les ayudan a planear y ejecutar sus viajes.<sup>6</sup>

## **7.2. ESLABONES DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL TURISMO**

Las cadenas productivas se subdividen en eslabones, los cuales representan a las empresas o entidades que cumplen unas funciones determinadas dentro de la cadena productiva como tal. Estos eslabones interactúan entre sí y crean relaciones que facilitan la creación del producto final, además de complementar y de darle un valor agregado a la experiencia del turista en el destino.



En esta cadena de valor intervienen únicamente empresas de servicios, las cuales “no producen ni venden bienes materiales, sino que ofrecen al consumidor el disfrute directo de una actividad”.<sup>7</sup>

La cadena productiva del turismo en la ciudad de Manizales está planteada de la siguiente manera:



Gráfico 1. Cadena Productiva del Turismo en Manizales. (Elaboración propia)

### 7.2.1. Agencias touroperadoras

Según el artículo 84 de la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo), son agencias de viajes las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.<sup>12</sup>

El decreto 502 de 1997, en su artículo 4 expresa que son agencias de viajes touroperadoras las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos. Dentro de sus funciones están las siguientes:

- a) Operar dentro del país planes turísticos, programados por Agencias de Viajes del exterior y del país;
- b) Organizar y promover planes turísticos para ser operados por ellas mismas, sus sucursales y agencias si las tuviere, de acuerdo con la ubicación de cada una de ellas dentro del territorio nacional;

- c) Prestar los servicios de transporte turístico de acuerdo con las disposiciones que reglamentan la materia;
- d) Brindar equipo especializado tal como implementos de caza y pesca, buceo y otros elementos deportivos, cuando la actividad lo requiera;
- e) Prestar el servicio de guianza con personas debidamente inscritas en el Registro Nacional de turismo.

### **7.2.2. Transporte terrestre y aéreo**

Un sistema de transportes puede definirse como un conjunto de componentes relaciones con uno o más medios de transporte, que interconecta la región de origen en un viaje turístico con un determinado destino turístico (y viceversa), que interconecta varios destinos turísticos entre sí o que permite que los visitantes se desplacen dentro de un destino turístico.<sup>13</sup>

### **7.2.3. Alojamiento y hospedaje**

La necesidad que tienen y han tenido las personas de hacer uso de las instalaciones de alojamiento y hospedaje vienen desde hace muchos años atrás, pues aunque en un inicio no eran vistas como una actividad turística, lo eran para servir a las personas que lo requerían, ya fuera por que viajarán a hacer procesos de trueque que se realizaban en ese entonces o por que se desplazaban a visitar a sus familiares cuando fuere necesario; ésta actividad se fue prolongando hasta el día de hoy, donde se han creado tanto establecimientos de altas categorías como de baja categoría para satisfacer la demanda de alojamiento, donde dependiendo de las necesidades y expectativas que los clientes tengan, éstos se acomodarán y se les brindará un servicio dependiendo de sus gustos y deseos al momento de viajar.

Según el artículo 78 de la Ley 300 de 1996, los establecimientos de hospedaje son “el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje”.<sup>14</sup>

Estos establecimientos gracias a los avances de infraestructura y tecnología han ido creciendo paulatinamente, donde como menciona su definición, se han ido destinando bienes para la satisfacción de las necesidades de los clientes, que han llegado a un lugar en busca de comodidad y descanso dentro de instalaciones que han sido adecuadas con bienes para la prestación de este servicio tan básico pero que es fundamental al momento de ofrecerlo al mercado.

#### **7.2.4. Establecimientos de alimentos y bebidas**

Al igual que el surgimiento de la necesidad de alojarse y tener un espacio para descansar, en la época antigua se realizaban intercambios de productos a cambio de otros que mientras unas personas no las requerían, para otras si eran necesarios. Desde allí entonces surge la necesidad del intercambio, compra o venta de mercancía la cual se fue transformando en una actividad que benefició a ambas partes logrando que se aprovecharán estos insumos para la celebración de actividades propias de la época lo que desató la actividad de atender a los visitantes y satisfacer la necesidad de la alimentación mediante banquetes que ofertaban para animar a sus invitados con actividades complementarias propias de Esa época.

Esto llevó a que desde hace muchos años y hasta la fecha existan establecimientos gastronómicos que se dedican a la elaboración y venta de alimentos y bebidas que más que satisfacer las necesidades, satisfacen el gusto de los clientes con alimentos característicos de una región o país, donde se realizan intercambios gastronómicos que hacen que las personas se sientan atraídos por determinados platos y los hagan reconocidos de los propios.

Es relevante tener en cuenta que además de existir establecimientos dedicados a la elaboración de alimentos y bebidas, existen establecimientos que se dedican hacia la parte turística donde sus servicios están enfocados a la prestación de un servicio mediante el Registro Nacional de Turismo, el cual los acredita como establecimiento turístico.

El artículo 87 de la Ley 300 de 1996 explica que los establecimientos gastronómicos, bares y similares son aquellos establecimientos comerciales en cabeza de personas naturales o jurídicas cuya actividad económica está relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios. El artículo 88 de la misma ley explica que este tipo de establecimientos que son de interés turístico son aquellos que por sus características de oferta, calidad y servicio forman parte del producto turístico local, regional o nacional.<sup>15</sup>

#### **7.2.5. Guianza turística**

No existe una actividad que carezca de historia, pues a pesar de que es algo que presenciamos en la cotidianidad, son hechos que para haber llegado al día de hoy debieron haber pasado unos procesos y requerido de herramientas para sostenerse en el tiempo como sucede en este caso con la guianza turística, pues actualmente se conoce como la actividad de guiar a otra persona para adquirir conocimientos de un destino o atractivo específico al cual desea llegar, en años anteriores era una actividad sencilla que utilizaban los más estudiados y conocedores de geografía para guiar a personas que necesitaban desplazarse desde un punto hasta otro de referencia; esta actividad no era vista como turística, pero dio bases para que en el futuro sirviera como un todo para fundamentar su teoría y conocerla como al día de hoy, donde las personas que se dedican a esta actividad son una de las razones principales por las que se desarrolla la actividad turística.

El artículo 94 de la Ley 300 considera guía de turismo a la persona natural que presta

servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado.

Se reconoce como profesional en el área de guionaje o guianza turística en cualquiera de sus modalidades, a la persona que con anterioridad a la vigencia de la presente ley se encuentre autorizada o carnetizada como guía de turismo ante la Corporación Nacional de Turismo o que acredite formación específica como guía de turismo, certificada por una entidad de educación superior reconocida por el Icfes u obtenga certificado de aptitud expedido por el SENA, de conformidad con la intensidad horaria de estudios que determinen estas instituciones, previa estructura de un programa básico completo de capacitación profesional en el área de guionaje o guianza turística.

La guianza turística debe darse por una persona previamente certificada, la cual prestará los servicios de orientar, instruir y asistir a los turistas durante las actividades que se realizarán en el plan contratado.

#### **7.2.6. Ocio y amenidades**

El trabajo cotidiano y las labores establecidas por la sociedad para sobrevivir dentro de ella y tener una forma de vida digna y remunerada, después de emplear muchas horas en el trabajo y actividades que él requiere, ha hecho que las personas sientan la necesidad de descansar y buscar alternativas de satisfacción y esparcimiento y es por esto que a través del tiempo se han ido estableciendo conceptos, ideas y reglamentos que han hecho que el tiempo libre sea contemplado dentro de un contrato de trabajo después de un periodo de tiempo laborado, el cual es remunerado y le genera al trabajador unos días de descanso, donde en muchos casos se da la actividad de turismo y por ende los espacios de ocio y amenidades; éstas actividades se realizan por las personas libremente después de obtener las actividades principales apoyadas por el turismo y que hacen que se superen sus expectativas y deseos dentro de su tiempo empleado para descansar.

Boullón las define como todas aquellas actividades de esparcimiento como los night clubs, las discotecas, los bares, los casinos y otros juegos de azar, los cines y teatros, otros espectáculos públicos, los clubes deportivos, los parques temáticos, los centros comerciales y el comercio en general.<sup>16</sup>

### **7.3. CADENA PRODUCTIVA DEL TURISMO EN MANIZALES**

Manizales en los últimos diez años ha tenido un desarrollo turístico significativo, el cual ha aportado en gran parte a su reconocimiento regional, nacional y mundial.

Gracias a la apuesta que se ha realizado, el ecoturismo y los eventos corporativos son los motivos principales de visita de los turistas que vienen diariamente a la ciudad. El turismo de naturaleza ha convertido a Manizales en un epicentro turístico natural gracias a sus reservas naturales y su potencial en avistamiento de aves.

Por otra parte, el hecho de que Manizales se encuentre dentro del territorio del Paisaje Cultural Cafetero, la hace un atractivo especial para los visitantes, pues es un espacio donde pueden conocer la historia y el proceso cafetero y cultural que representa los atributos de la declaratoria, plasmados en las fincas cafeteras y en todos los alrededores de la ciudad.

Otro motivo importante de visita a la ciudad es el mercado universitario. Estudiantes de diferentes partes del país eligen Manizales por su gran oferta universitaria y por la amabilidad y la calidad de vida que la ciudad ofrece.

La Feria de Manizales iniciada en el año de 1955 y la cual es realizada la primera semana de enero de cada año también atrae turistas tanto nacionales como internacionales. Eventos como éste incrementan no solo la ocupación hotelera, sino que generan desplazamientos y dinamizan la economía local, además de dar a conocer todo su centro histórico y cultura arquitectónica que todavía se conserva.

Manizales está recibiendo en mayor cantidad personas extranjeras provenientes en su mayoría de Estados Unidos y Europa, los cuales desean hacer actividades ecoturísticas como el avistamiento de aves o actividades de aventura.

Por otra parte, gracias a la capacidad que tiene Manizales en cuanto a espacios para la realización de eventos corporativos, la ciudad se ha convertido en un foco interesante para la realización de eventos MICE, atrayendo no sólo empresarios del país, sino de diferentes partes de América y Europa.

### **7.3.1. Agencias touroperadoras**

En la ciudad de Manizales se encuentra variedad de agencias de viaje que prestan sus servicios a los turistas y entre ellas se encuentran diversas agencias entre operadoras y mayoristas lo que brinda la oportunidad al visitante de escoger entre diferentes opciones de servicios para conocer los distintos atractivos turísticos con que cuenta la ciudad, siendo un factor importante para el sector y para la economía; además éstas agencias se dedican a promocionar destinos tanto nacionales como internacionales. Sin embargo, gran parte de las agencias que operan en la ciudad, se dedican al turismo emisor, mas no al receptor.

### **7.3.2. Transporte terrestre y aéreo**

El transporte de pasajeros terrestre y aéreo en la ciudad de Manizales en primera instancia por vía terrestre cuenta con el Terminal de Transporte de Manizales cuya infraestructura al ser relativamente nueva, cuenta con instalaciones modernas y adecuadas para los pasajeros; este terminal cuenta con alrededor de 27 empresas de servicio las cuales transportan a los pasajeros hacia distintas partes del país; en general los buses son modernos y algunos cuentan con nuevas tecnologías y facilidades a bordo, lo que atrae visitantes de todas partes del país.

En cuanto a transporte aéreo la ciudad de Manizales cuenta con el aeropuerto La Nubia quien opera en la ciudad hace cerca de 60 años y en la actualidad operan 2 aerolíneas que prestan servicios cómodos y confiables para las personas que arriban a la ciudad.

### **7.3.3. Alojamiento y hospedaje**

En Manizales se encuentran algunos establecimientos hoteleros y cadenas reconocidas a nivel nacional e internacional que brindan servicios de calidad, lo cual posiciona a la ciudad por contar con instalaciones adecuadas y responsables con el cumplimiento de las normatividades vigentes, como las Normas Técnicas Sectoriales cuya normatividad reglamenta y especifica cómo debe ser prestado el servicio y en qué condiciones debe estar el establecimiento para operar correctamente. En la ciudad también existen hostales que prestan sus servicios hoteleros durante el año, además de esperarse la aplicación de la norma técnica sectorial que rija a los hostales para que el servicio sea más profesionalizado y acorde con las exigencias propuestas por la norma.

### **7.3.4. Establecimientos de alimentos y bebidas**

En la ciudad de Manizales, actualmente se encuentra diversidad de restaurantes que se han registrado en Cámara de Comercio para estar legalmente constituidos y brindar sus productos y servicios al público de manera correcta; gracias a esto ha aumentado el número de restaurantes que se han enfocado a ofrecer servicios de calidad donde el cliente obtenga una buena experiencia y conozca la variedad de platos que puede ofrecer la ciudad por tener platos propios de la región y de la ciudad, haciéndolo foco de buena gastronomía y experiencias desde el gusto, siempre brindadas por personal cualificado y experto en los temas de gastronomía.

### **7.3.5. Guianza turística**

En Manizales actualmente operan dos agremiaciones a las que hace relación el Consejo Profesional de Guías de Turismo: Asociación Caldense de Guías de Turismo



(Asdeguías) y la Agrupación de Guías de Turismo de Caldas (Aguitec).

Estas agrupaciones son las encargadas de promover y realizar con responsabilidad todas sus actividades turísticas y mostrar al turista las verdaderas riquezas que posee la ciudad de Manizales, que gracias a su cualificación pueden dar información veraz y confiable de los destinos que visitan.

### **7.3.6. Ocio y amenidades**

Manizales, además de ofrecerle al turista los servicios principales que vienen a obtener, que pueden ser ecoturísticos o de eventos, cuenta además con muchos otros atractivos que le permiten al visitante hacer más amena su visita. Cuenta con parques y ecoparques, patrimonio escultural, arquitectónico, emblemático, histórico y museos.

## **8. METODOLOGÍA**

### **8.1. Enfoque de la investigación**

El proyecto de investigación es de tipo cualitativo y se basa en un estudio de tipo descriptivo en el cual se aborda la actividad turística y su enfoque en la cadena productiva del turismo en la ciudad desde una aproximación crítica y teórica.

Descriptiva: el proyecto busca especificar y describir cada uno de los eslabones que se interrelacionan en el proceso turístico de la ciudad de Manizales.

El proyecto es una propuesta de investigación de tipo cualitativo dada por procesos de análisis estructural general de algunas categorías de información en las que inciden procesos comprensivos e interpretativos de los investigadores.

### **8.2. Población y muestra**

- ✓ Población: Personas naturales y jurídicas que trabajan con la prestación de servicios turísticos y que contribuyen a la cadena productiva de la ciudad de Manizales.
- ✓ Muestra: Se seleccionará de forma conveniente un actor representativo por cada uno de los eslabones que participan en la cadena productiva.

### **8.3. Técnicas e instrumentos de recolección de la información**

- ✓ Las categorías de estudio que se tendrán en cuenta serán: información general de la empresa, oferta de la empresa, mercado objetivo de la empresa, trayectoria y tiempo del sector, normatividad, calidad, responsabilidad y proyección social, capital humano, rangos de remuneración, promoción y comercialización de la empresa.
- ✓ Con los instrumentos de recolección de datos se identificarán las características

que conforman cada uno de los eslabones pertenecientes a la cadena productiva de la ciudad.

#### **8.4. Plan de análisis de la información**

De acuerdo a la información recolectada por medio de la validación del instrumento de recolección de información, se determinará la objetividad de los parámetros seleccionados para ser aplicados en los diferentes prestadores de servicios turísticos de la ciudad.

## 9. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 9.1. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – AGENCIAS DE VIAJES TOUR OPERADORAS

Fecha: \_\_\_\_\_

Diligenciado por: \_\_\_\_\_

Área en la que labora: \_\_\_\_\_

#### Información general de la empresa

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Ubicación: \_\_\_\_\_

Razón social: \_\_\_\_\_ RNT: \_\_\_\_\_

Régimen al que pertenece: \_\_\_\_\_

¿Tienen actualizado el Registro Nacional de Turismo? Si  No

Teléfono de contacto: \_\_\_\_\_

¿Posee sucursales? Si  No  Dirección: \_\_\_\_\_

¿Cuál es la conformación del capital?

- a) Privado
- b) Público
- c) Mixto

¿Cuál es la estructura de la empresa?

- a) Circular
- b) Híbrida
- c) Horizontal
- d) Vertical

¿Cuenta con departamentos/áreas de servicio actualmente?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Cuántos? \_\_\_\_\_

¿Cuál es el tamaño actual de la empresa?

a) Micro

b) Familiar

c) Pequeña

d) Mediana

e) Grande

f) Otro \_\_\_\_\_

¿Hace cuánto tiempo se encuentran ofreciendo sus servicios al mercado?

a) Entre 6 y 12 meses

b) Entre 1 a 5 años

c) Entre 5 y 10 años

d) Más de 10 años

¿Tiene actualmente alianzas/acuerdos estratégicos con empresas del sector?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

---

---

¿Pertenece a alguna agremiación? Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónela: \_\_\_\_\_

¿Con qué empresa/empresas gestionan, intermedian o contratan los servicios ofrecidos?

---

---

---

¿Operan actualmente con un GDS (Sistema de global de distribución) de reservas?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta es sí, ¿Cuál manejan? \_\_\_\_\_

### **Oferta de la empresa**

¿Cuáles son los principales servicios que recibe el cliente al contratar con su empresa?

---

---

---

¿Qué otras actividades/servicios diferentes a los paquetes turísticos ofrecen a los visitantes?

---

---

---

¿Cuál es el rango de precios de sus servicios?

- a) Menos de \$100.000
- b) De \$100.000 a \$400.000
- c) De \$400.000 a \$700.000

d) De \$700.000 a \$1'000.000

e) Más de \$1'000.000

De acuerdo a su portafolio de servicios, ¿cuáles tienen una temporalidad?

---

---

---

### **Mercado objetivo**

¿La empresa tiene identificado un segmento de mercado? Ejemplo: Lugar de procedencia, intereses del turista, tiempo de estancia, gasto promedio, etc.

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta es SI, méncionelo:

---

---

---

¿La empresa tiene identificado un nicho específico de mercado? Ejemplo: Corporativo, vacacional, mochilero, familias, etc.

Si \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta es SI, méncionelo:

---

---

---

¿Estos visitantes son mayormente de procedencia regional, nacional o internacional?

¿De qué ciudades?

---

---

---

## Normatividad

Como prestador de servicios turísticos, ¿tiene conocimiento de las normas que debe implementar y en las que debe certificarse?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Cuáles de estas normas tienen ya implementadas?

- a) NTS – TS 003. Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad, 2007.
- b) NTS – AV 004. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes, 2003.
- c) Ley 1336 de 2009, ESCNNA
- d) Otra \_\_\_\_\_

¿Cuáles de estas normas tienen en proceso de implementación/certificación?

---

---

---

¿De qué manera tienen implementada la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible correspondiente a las agencias de viajes?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de políticas tienen como empresa? Puede seleccionar varias opciones.

- a) Calidad
- b) Sostenibilidad
- c) Pagos
- d) Ventas
- e) Otra. ¿Cuál? \_\_\_\_\_



¿Tienen conocimiento del Código de Ética de Turismo?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Tienen implementada la Norma de Seguridad y Salud en el trabajo?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

### **Responsabilidad y proyección social**

Qué planes o proyectos han desarrollado como empresa en pro de la sociedad/comunidad.

Nombre del proyecto: \_\_\_\_\_

Tiempo de ejecución: \_\_\_\_\_

Recursos destinados: \_\_\_\_\_

Ninguno. \_\_\_\_\_

¿Tienen participación en redes o equipos relacionados con proyectos sociales, ambientales, culturales?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta es SI, mencione cuáles:

---

---

---

¿Realizan aportes/donaciones a fundaciones u ONG's?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione a cuáles entidades:

---

---

---

¿Cuáles planes o proyectos sociales en proceso y futuros tienen como empresa?

---

---

---

### **Capital humano**

El proceso de contratación de la empresa se hace:

- a) Por bolsa de empleo
- b) De manera directa
- c) Contratación temporal
- d) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de contratos manejan con sus colaboradores?

- a. Contrato indefinido
- b. Contrato a término fijo
- c. Contrato por prestación de servicios
- d. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Con cuántos colaboradores cuenta actualmente?

- a) Menos de 10
- b) De 10 a 20
- c) De 20 a 30
- d) Más de 30

De la totalidad de sus trabajadores, ¿cómo se distribuyen porcentualmente de acuerdo a la formación académica máxima alcanzada?

- a) Normas de competencia: \_\_\_\_\_
- b) Bachilleres: \_\_\_\_\_

- c) Técnicos: \_\_\_\_\_
- d) Tecnólogos: \_\_\_\_\_
- e) Profesionales: \_\_\_\_\_
- f) Especialistas: \_\_\_\_\_
- g) Magíster: \_\_\_\_\_
- h) Doctorado: \_\_\_\_\_

¿Con cuántos guías certificados e inscritos en el Registro Nacional de Turismo trabajan? \_\_\_\_\_

¿Cuál es el rango de remuneración de los empleados?

- a) Entre 1 y 2 smmlv
- b) Entre 3 y 4 smmlv
- c) Entre 5 y 6 smmlv

¿Cada cuánto son capacitados sus colaboradores en temas relacionados con sus funciones dentro de la empresa?

- a) Trimestral
- b) Semestral
- c) Anual
- d) Nunca

¿La empresa brinda oportunidades de ascenso?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Actualmente cuántos colaboradores manejan un segundo idioma?

---

---

---

## Promoción y comercialización de la empresa

¿Cuentan con área comercial dentro de la empresa? Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Poseen un control/monitoreo de las ventas y proyecciones mensuales?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta es SI, ¿De qué manera lo hacen?

---

---

---

¿De qué manera llegan al turista?

- a) Redes sociales
- b) Voz a voz
- c) Publicidad
- d) Volantes
- e) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cómo se venden/comercializan al mercado actualmente?

- a. Directamente con el cliente
- b. Por medio de agencias de viaje.
- c. Promoción digital
- d. Televisión
- e. Volantes
- f. Radio
- g. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cada cuánto realizan promociones?

- a. Cada semana
- b. Cada mes

- c. Cada tres meses
- d. No realizamos promociones

¿Qué beneficios le ofrecen al turista al momento de contratar un paquete con ustedes?

---

---

---

## 9.2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – TRANSPORTE TERRESTRE

Fecha: \_\_\_\_\_

Diligenciado por: \_\_\_\_\_

Área en la que labora: \_\_\_\_\_

### Información general

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Ubicación: \_\_\_\_\_

Razón social: \_\_\_\_\_ Régimen al que pertenece: \_\_\_\_\_

Teléfono de contacto: \_\_\_\_\_

¿Posee sucursales? Si \_\_\_ No \_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_

¿Cuál es la conformación del capital?

- a) Privado
- b) Público
- c) Mixto

¿Cuál es la estructura de la empresa?

- a) Circular
- b) Híbrida
- c) Horizontal
- d) Vertical

¿Cuenta con departamentos/áreas de servicio actualmente?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelos:

---

---

---

¿Cuál es el tamaño actual de la empresa?

- a) Micro
- b) Familiar
- c) Pequeña
- d) Mediana
- e) Grande

¿Hace cuánto tiempo (meses/años) se encuentran ofreciendo sus servicios al mercado?

- a) Entre 6 y 12 meses
- b) Entre 1 a 5 años
- c) Entre 5 y 10 años
- d) Más de 10 años

¿Tiene actualmente alianzas/acuerdos estratégicos con empresas del sector?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

---

---

¿Pertenece a alguna agremiación?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

---

---

¿Con cuántos vehículos cuenta la empresa y qué capacidad tiene cada uno?

---

---

---

¿Qué edad promedio tiene el parque automotor?

---

---

---

¿Cuentan con pólizas de seguro y pólizas contractuales?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Qué rutas manejan nacionalmente?

---

---

---

¿Qué rutas manejan internacionalmente?

---

---

---

### **Oferta de la empresa**

¿Qué servicios recibe el pasajero al contratar con su empresa?

---

---



---

¿Cuál es el rango de precios de sus servicios?

- a) Menos de \$100.000
- b) De \$100.000 a \$400.000
- c) De \$400.000 a \$700.000
- d) De \$700.000 a \$1'000.000
- e) Más de \$1'000.000

¿Ofrecen algún otro tipo de servicio diferente al transporte?

---

---

---

De acuerdo a su portafolio de servicios, ¿cuáles tienen una temporalidad?

---

---

---

### **Mercado objetivo**

¿La empresa tiene identificado un segmento de mercado? Ejemplo: Lugar de procedencia, intereses del turista, tiempo de estancia, gasto promedio, etc.

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelo:

---

---

---

¿La empresa tiene identificado un nicho específico de mercado? Ejemplo: Corporativo,

vacacional, mochilero, familias, etc.

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelo:

---

---

---

¿Estos visitantes son en su mayoría de procedencia regional, nacional o internacional?

¿De qué ciudades?

---

---

---

### **Normatividad**

Como prestador de servicios turísticos, ¿tiene conocimiento de las normas que debe implementar y en las que debe certificarse?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Cuáles de estas normas tienen ya implementadas?

a) NTS – TS 005. Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

b) Ley 1336 de 2009, ESCNNA

c) Otra \_\_\_\_\_

¿Cuáles de estas normas tienen en proceso de implementación/certificación?

---

---

---

¿Qué tipo de políticas tienen como empresa? Puede seleccionar varias opciones.

a) Calidad

b) Sostenibilidad

c) Pagos

d) Ventas

e) Otra. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Tienen conocimiento del Código de Ética de Turismo?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Tienen implementada la Norma de Seguridad y Salud en el trabajo?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

### **Responsabilidad y proyección social**

Qué planes o proyectos han desarrollado como empresa en pro de la sociedad/comunidad.

Nombre del proyecto: \_\_\_\_\_

Tiempo de ejecución: \_\_\_\_\_

Recursos destinados: \_\_\_\_\_

Ninguno: \_\_\_\_\_

¿Tienen participación en redes o equipos relacionados con proyectos sociales, ambientales, culturales?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione cuáles:

---

---

---

¿Realizan aportes/donaciones a fundaciones u ONG's?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione a cuáles entidades:

---

---

---

¿Cuáles planes o proyectos sociales en proceso y futuros tienen como empresa?

---

---

---

### **Capital humano**

El proceso de contratación de la empresa se hace:

- a) Por bolsa de empleo
- b) De manera directa
- c) Contratación temporal
- d) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de contratos manejan con sus colaboradores?

- a) Contrato indefinido
- b) Contrato a término fijo
- c) Contrato por prestación de servicios
- d) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Con cuántos colaboradores cuenta actualmente?

- a) Menos de 10

- b) De 10 a 20
- c) De 20 a 30
- d) Más de 30

De la totalidad de sus trabajadores, ¿cómo se distribuyen porcentualmente de acuerdo a la formación académica máxima alcanzada?

- a) Normas de competencia: \_\_\_\_\_
- b) Bachilleres: \_\_\_\_\_
- c) Técnicos: \_\_\_\_\_
- d) Tecnólogos: \_\_\_\_\_
- e) Profesionales: \_\_\_\_\_
- f) Especialistas: \_\_\_\_\_
- g) Magíster: \_\_\_\_\_
- h) Doctorado: \_\_\_\_\_

¿Cuál es el rango de remuneración de los empleados?

- a) Entre 1 y 2 smmlv
- b) Entre 3 y 4 smmlv
- c) Entre 5 y 6 smmlv

¿Cada cuánto son capacitados sus colaboradores en temas relacionados con sus funciones dentro de la empresa?

- a) Trimestral
- b) Semestral
- c) Anual
- d) Nunca

¿La empresa brinda oportunidades de ascenso?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

### **Promoción y comercialización de la empresa**

¿Cuentan con área comercial dentro de la empresa?  
Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es no, ¿por qué razón no la tienen?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Poseen un control/monitoreo de las ventas y proyecciones mensuales?  
Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, ¿de qué manera lo hacen?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿De qué manera llegan al turista?

- a) Redes sociales
- b) Voz a voz
- c) Publicidad
- d) Volantes
- e) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cómo se venden/comercializan al mercado actualmente?

- a) Directamente con el cliente
- b) Por medio de agencias de viaje.

- c) Promoción digital
- d) Televisión
- e) Volantes
- f) Radio
- g) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Realizan promociones?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si la respuesta a la pregunta anterior es sí, ¿cada cuánto lo hacen?

---

---

---

### 9.3. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE

Fecha: \_\_\_\_\_

Diligenciado por: \_\_\_\_\_

Área en la que labora: \_\_\_\_\_

#### Información general de la empresa

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Ubicación: \_\_\_\_\_

Razón social: \_\_\_\_\_ Régimen al que pertenece: \_\_\_\_\_

RNT: \_\_\_\_\_ ¿Tienen actualizado el Registro Nacional de Turismo? Si \_\_\_ No \_\_\_

Teléfonos de contacto: \_\_\_\_\_

¿Posee sucursales? Sí \_\_\_ No \_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_

¿Cuál es la conformación del capital?

- a. Privado
- b. Público
- c. Mixto

¿Cuál es la estructura de la empresa?

- a. Vertical
- b. Horizontal
- c. Circular
- d. Híbrida

¿Cuenta con departamentos/áreas de servicio actualmente?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelos:



---

---

---

¿Cuál es el tamaño actual de la empresa?

- a. Familiar
- b. Micro
- c. Pequeña
- d. Mediana
- e. Grande
- f. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Hace cuánto tiempo se encuentran ofreciendo sus servicios al mercado?

- a. Entre 6 y 12 meses
- b. Entre 1 a 5 años
- c. Entre 5 y 10 años
- d. Más de 10 años

¿Tiene actualmente alianzas/acuerdos estratégicos con empresas del sector?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

---

---

¿Pertenece a alguna agremiación?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

¿Cuál es su categorización por estrellas?

- a. No está categorizado
- b. 1 estrella
- c. 2 estrellas
- d. 3 estrellas
- e. 4 estrellas
- e. 5 estrellas

Mencione el número de habitaciones y camas con que cuentan actualmente.

\_\_\_\_\_ habitaciones y \_\_\_\_\_ camas

¿Operan actualmente con un sistema global de distribución (GDS) para las reservas?

- a. No
- b. Sí. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Qué servicios complementarios distintos al alojamiento ofrecen a los visitantes?

---

---

---

¿Con cuántas personas bilingües cuenta el hotel? \_\_\_\_\_

### **Oferta de la empresa**

¿Qué servicios recibe el huésped al contratar con su empresa?

---

---

---

¿Qué tipos de tarifas ofrecen?

---

---

---

¿Cuál es el rango de precios de sus servicios?

- a. Menos de \$100.000
- b. De \$100.000 a \$400.000
- c. De \$400.000 a \$700.000
- d. De \$700.000 a \$1'000.000
- e. Más de \$1'000.000

¿Ofrecen algún tipo de servicio diferente al alojamiento?

---

---

---

De acuerdo a su portafolio de servicios, ¿cuáles tienen una temporalidad?

---

---

---

### **Mercado objetivo**

¿La empresa tiene identificado un segmento de mercado? Ejemplo: Lugar de procedencia, intereses del turista, tiempo de estancia, gasto promedio, etc.

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelo:

---

---

---

¿La empresa tiene identificado un nicho específico de mercado? Ejemplo: Corporativo, vacacional, mochilero, familias, etc.

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelo:

---

---

---

¿Estos visitantes son en su mayoría de procedencia regional, nacional o internacional?  
¿De qué ciudades?

---

---

---

### **Normatividad**

Como prestador de servicios turísticos, ¿tiene conocimiento de las normas que debe implementar y en las que debe certificarse?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Cuáles de estas normas tienen ya implementadas?

- a) NTS – TS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad, 2014.
- b) Ley 1336 de 2009, ESCNNA
- c) Otra \_\_\_\_\_

¿Cuáles de estas normas tienen en proceso de implementación/certificación?

---

---

---

¿Qué tipo de políticas tienen como empresa? Puede seleccionar varias opciones.

a) Calidad

b) Sostenibilidad

c) Pagos

d) Ventas

e) Otra. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Tienen conocimiento del Código de Ética de Turismo?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Tienen implementada la Norma de Seguridad y Salud en el trabajo?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

### **Responsabilidad y proyección social**

¿Qué planes o proyectos han desarrollado como empresa en pro de la sociedad/comunidad?

Nombre del proyecto: \_\_\_\_\_

Tiempo de ejecución: \_\_\_\_\_

Recursos destinados: \_\_\_\_\_

Ninguno: \_\_\_\_\_

¿Tienen participación en redes o equipos relacionados con proyectos sociales, ambientales, culturales?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione cuáles:

---

---

---

¿Realizan aportes/donaciones a fundaciones u ONG's?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione a cuáles entidades:

---

---

---

¿Cuáles planes o proyectos sociales en proceso y futuros tienen como empresa?

---

---

---

### **Capital humano**

El proceso de contratación de la empresa se hace:

- e) Por bolsa de empleo
- f) De manera directa
- g) Contratación temporal
- h) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de contratos manejan con sus colaboradores?

- e. Contrato indefinido
- f. Contrato a término fijo
- g. Contrato por prestación de servicios
- h. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Con cuántos colaboradores cuenta actualmente?

- a) Menos de 10
- b) De 10 a 20
- c) De 20 a 30
- d) Más de 30

De la totalidad de sus trabajadores, ¿cómo se distribuyen porcentualmente de acuerdo a la formación académica máxima alcanzada?

- a) Normas de competencia: \_\_\_\_\_
- b) Bachilleres: \_\_\_\_\_
- c) Técnicos: \_\_\_\_\_
- d) Tecnólogos: \_\_\_\_\_
- e) Profesionales: \_\_\_\_\_
- f) Especialistas: \_\_\_\_\_
- g) Magíster: \_\_\_\_\_
- h) Doctorado: \_\_\_\_\_

¿Cuál es el rango de remuneración de los empleados?

- a) Entre 1 y 2 smmlv
- b) Entre 3 y 4 smmlv
- c) Entre 5 y 6 smmlv

¿Cada cuánto son capacitados sus colaboradores en temas relacionados con sus funciones dentro de la empresa?

- a) Trimestral
- b) Semestral
- c) Anual
- d) Nunca

¿La empresa brinda oportunidades de ascenso?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Actualmente cuántos colaboradores manejan un segundo idioma?

---

---

---

### **Promoción y comercialización de la empresa**

¿Cuentan con área comercial dentro de la empresa?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es no, ¿por qué razón no la tienen?

---

---

---

¿Poseen un control/monitoreo de las ventas y proyecciones mensuales?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, ¿de qué manera lo hacen?

---

---

---

¿De qué manera llegan al turista?

- a) Redes sociales
- b) Voz a voz



- c) Publicidad
- d) Volantes
- e) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cómo se venden/comercializan al mercado actualmente?

- a) Directamente con el cliente
- b) Por medio de agencias de viaje.
- c) Promoción digital
- d) Televisión
- e) Volantes
- f) Radio
- g) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Realizan promociones?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si la respuesta a la pregunta anterior es sí, ¿cada cuánto lo hacen?

---

---

---

## 9.4. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – RESTAURANTES

Fecha: \_\_\_\_\_

Diligenciado por: \_\_\_\_\_

Área en la que labora: \_\_\_\_\_

### Información general

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Ubicación: \_\_\_\_\_

Razón social: \_\_\_\_\_ Régimen al que pertenece: \_\_\_\_\_

Teléfono de contacto: \_\_\_\_\_ RNT: \_\_\_\_\_

¿Tienen actualizado el Registro Nacional de Turismo? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Posee sucursales? Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_

¿Cuál es la conformación del capital?

- a) Privado
- b) Público
- c) Mixto

¿Cuál es la estructura de la empresa?

- a) Circular
- b) Híbrida
- c) Horizontal
- d) Vertical

¿Cuenta con departamentos/áreas de servicio actualmente?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelos:

\_\_\_\_\_

---

---

¿Cuál es el tamaño actual de la empresa?

- a) Micro
- b) Familiar
- c) Pequeña
- d) Mediana
- e) Grande

¿Hace cuánto tiempo (meses/años) se encuentran ofreciendo sus servicios al mercado?

- a) Entre 6 y 12 meses
- b) Entre 1 a 5 años
- c) Entre 5 y 10 años
- d) Más de 10 años

¿Tiene actualmente alianzas/acuerdos estratégicos con empresas del sector?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

---

---

¿Pertenece a alguna agremiación?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

---

---

¿Qué tipo de carta manejan y cómo está distribuida?

---

---

---

¿Manejan carta de licores y vinos?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

¿Están certificados por tenedores?

---

---

---

### **Oferta de la empresa**

¿Qué servicios recibe el cliente al contratar con su empresa?

---

---

---

¿Cuál es el rango de precios de sus servicios?

- a) Menos de \$100.000
- b) De \$100.000 a \$400.000
- c) De \$400.000 a \$700.000
- d) De \$700.000 a \$1'000.000
- e) Más de \$1'000.000

¿Ofrecen algún otro tipo de servicio diferente a los alimentos y bebidas?

---

---

---

¿Cuáles de los servicios los ofrecen en cualquier temporada del año? ¿Cuáles tienen temporalidad? ¿En qué fechas?

---

---

---

### **Mercado objetivo**

¿La empresa tiene identificado un segmento de mercado? Ejemplo: Lugar de procedencia, intereses del turista, tiempo de estancia, gasto promedio, etc.

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelo:

---

---

---

¿La empresa tiene identificado un nicho específico de mercado? Ejemplo: Corporativo, vacacional, mochilero, familias, etc.

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelo:

---

---

---

¿Estos visitantes son en su mayoría de procedencia regional, nacional o internacional?  
¿De qué ciudades?

---

---

---

### **Normatividad**

Como prestador de servicios turísticos, ¿tiene conocimiento de las normas que debe implementar y en las que debe certificarse?

---

---

---

¿Cuáles de estas normas tienen ya implementadas?

---

---

---

¿Cuáles de estas normas tienen en proceso de implementación/certificación?

---

---

---

¿Qué tipo de políticas tienen como empresa? Puede seleccionar varias opciones.

- a) Calidad
- b) Sostenibilidad
- c) Pagos
- d) Ventas
- e) Otra. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Tienen conocimiento del Código de Ética de Turismo?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Tienen implementada la Norma de Seguridad y Salud en el trabajo?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

### **Responsabilidad y proyección social**

¿De qué manera tienen implementado al público su política contra la Explotación Sexual Comercial en Niñas, Niños y Adolescentes?

---

---

---

Qué planes o proyectos han desarrollado como empresa en pro de la sociedad/comunidad.

Nombre del proyecto: \_\_\_\_\_

Tiempo de ejecución: \_\_\_\_\_

Recursos destinados: \_\_\_\_\_

Ninguno: \_\_\_\_\_

¿Tienen participación en redes o equipos relacionados con proyectos sociales, ambientales, culturales?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione cuáles:

---

---

---

¿Realizan aportes/donaciones a fundaciones u ONG's?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione a cuáles entidades:

---

---

---

¿Cuáles planes o proyectos sociales en proceso y futuros tienen como empresa?

---

---

---

### **Capital humano**

El proceso de contratación de la empresa se hace:

- e. Por bolsa de empleo
- f. De manera directa
- g. Contratación temporal
- h. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de contratos manejan con sus colaboradores?

- e. Contrato indefinido
- f. Contrato a término fijo
- g. Contrato por prestación de servicios
- h. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Con cuántos colaboradores cuenta actualmente?

- a) Menos de 10
- b) De 10 a 20
- c) De 20 a 30
- d) Más de 30



De la totalidad de sus trabajadores, ¿cómo se distribuyen porcentualmente de acuerdo a la formación académica máxima alcanzada?

- i) Normas de competencia: \_\_\_\_\_
- j) Bachilleres: \_\_\_\_\_
- k) Técnicos: \_\_\_\_\_
- l) Tecnólogos: \_\_\_\_\_
- m) Profesionales: \_\_\_\_\_
- n) Especialistas: \_\_\_\_\_
- o) Magíster: \_\_\_\_\_
- p) Doctorado: \_\_\_\_\_

¿Cuál es el rango de remuneración de los empleados?

- a) Entre 1 y 2 smmlv
- b) Entre 3 y 4 smmlv
- c) Entre 5 y 6 smmlv

¿Cada cuánto son capacitados sus colaboradores en temas relacionados con sus funciones dentro de la empresa?

- a) Trimestral
- b) Semestral
- c) Anual
- d) Nunca

¿La empresa brinda oportunidades de ascenso?

---

---

---

¿Actualmente cuántos colaboradores manejan un segundo idioma?

---

---

---

### **Promoción y comercialización de la empresa**

¿Cuentan con área comercial dentro de la empresa?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es no, ¿por qué razón no la tienen?

---

---

---

¿Poseen un control/monitoreo de las ventas y proyecciones mensuales?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, ¿de qué manera lo hacen?

---

---

---

¿De qué manera llegan al turista?

f) Redes sociales

g) Voz a voz

h) Publicidad

i) Volantes

j) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cómo se venden/comercializan al mercado actualmente?

- h) Directamente con el cliente
- i) Por medio de agencias de viaje.
- j) Promoción digital
- k) Televisión
- l) Volantes
- m) Radio
- n) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Realizan promociones?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si la respuesta a la pregunta anterior es sí, ¿cada cuánto lo hacen?

---

---

---

## 9.5. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – GUÍAS TURÍSTICOS

Fecha: \_\_\_\_\_

Diligenciado por: \_\_\_\_\_

### Información general

Nombre de la empresa donde ejerce: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Ubicación: \_\_\_\_\_

Razón social: \_\_\_\_\_

Régimen al que pertenece: \_\_\_\_\_ RNT: \_\_\_\_\_

¿Tiene actualizado el Registro Nacional de Turismo? Si \_\_\_ No \_\_\_

Teléfono de contacto: \_\_\_\_\_

¿Hace cuánto tiempo se encuentran ofreciendo sus servicios al mercado?

- a. Entre 6 y 12 meses
- b. Entre 1 a 5 años
- c. Entre 5 y 10 años
- d. Más de 10 años

¿Tiene actualmente alianzas/acuerdos estratégicos con empresas del sector?

Si \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta es SI, menciónelas:

---

---

¿Pertenece a alguna agremiación? Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cómo guía, cuenta actualmente con el manejo de un segundo idioma?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es SI, ¿Cuál, cuáles?

\_\_\_\_\_

¿Cuenta con tarjeta profesional como guía de turismo? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de guía es?

- a. Local
- b. Fijo
- c. De montaña
- d. Metropolitano

Otro. \_\_\_\_\_

¿Cómo es el proceso de contratación con la agencia de viajes/turista?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **Oferta de la empresa**

¿En qué servicios específicos ofrece su servicio de guianza?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **Mercado objetivo**

¿Como guía tiene identificado un segmento de mercado? Ejemplo: Lugar de procedencia, intereses del turista, tiempo de estancia, gasto promedio, etc.

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta es SI, menciónelo:

---

---

¿Como guía tiene identificado un nicho específico de mercado? Ejemplo: Corporativo, vacacional, mochilero, familias, etc. Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta es SI, menciónelo:

---

---

¿Estos visitantes son mayormente de procedencia regional, nacional o internacional? ¿De qué ciudades?

---

---

### **Normatividad**

Como prestador de servicios turísticos, ¿tiene conocimiento de las normas que debe implementar y en las que debe certificarse?

---

---

¿Cuáles de estas normas tiene ya implementadas?

---

---

¿Cuáles de estas normas tiene en proceso de implementación/certificación?

---

---

¿Tiene conocimiento del Código de Ética de Turismo?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

### **Responsabilidad y proyección social**

¿Qué planes o proyectos ha desarrollado como guía en pro de la sociedad/comunidad?

Nombre del proyecto: \_\_\_\_\_

Tiempo de ejecución: \_\_\_\_\_

Recursos destinados: \_\_\_\_\_

Ninguno. \_\_\_\_\_

¿Tiene participación en redes o equipos relacionados con proyectos sociales, ambientales, culturales?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione cuáles:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Con qué frecuencia realiza aportes/donaciones a fundaciones u ONG's?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione a cuáles entidades:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Cuáles planes o proyectos sociales en proceso y futuros tienen como guía?

---

---

**Promoción y comercialización.**

¿De qué manera llega al turista?

- a. Redes sociales
- b. Voz a voz
- c. Publicidad
- d. Volantes

Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cómo se vende/comercializa al mercado actualmente?

- a. Directamente con el cliente
- b. Por medio de agencias de viaje.
- c. Promoción digital
- d. Televisión
- e. Volantes
- f. Radio

Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_



## 9.6. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – OCIO Y AMENIDADES

Fecha: \_\_\_\_\_

Diligenciado por: \_\_\_\_\_

Área en la que labora: \_\_\_\_\_

### información general

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Ubicación: \_\_\_\_\_

Razón social: \_\_\_\_\_ Régimen al que pertenece: \_\_\_\_\_

Teléfono de contacto: \_\_\_\_\_

¿Posee sucursales? Si \_\_\_ No \_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_

¿Cuál es la conformación del capital?

- a) Privado
- b) Público
- c) Mixto

¿Cuál es la estructura de la empresa?

- a) Circular
- b) Híbrida
- c) Horizontal
- d) Vertical

¿Cuenta con departamentos/áreas de servicio actualmente?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelos:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Cuál es el tamaño actual de la empresa?

- a) Micro
- b) Familiar
- c) Pequeña
- d) Mediana
- e) Grande

¿Hace cuánto tiempo (meses/años) se encuentran ofreciendo sus servicios al mercado?

- a) Entre 6 y 12 meses
- b) Entre 1 a 5 años
- c) Entre 5 y 10 años
- d) Más de 10 años

¿Tiene actualmente alianzas/acuerdos estratégicos con empresas del sector?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

---

¿Pertenece a alguna agremiación?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, menciónelas:

---

### **Oferta de la empresa**

¿Qué servicios ofrecen al público?

---

---

¿Cuál es el rango de precios de sus servicios?

- a) Menos de \$100.000
- b) De \$100.000 a \$400.000
- c) De \$400.000 a \$700.000
- d) De \$700.000 a \$1'000.000
- e) Más de \$1'000.000

¿Ofrecen algún tipo de servicios complementarios al cliente?

---

---

¿Cuáles de los servicios los ofrecen en cualquier temporada del año? ¿Cuáles tienen temporalidad? ¿En qué fechas?

---

---

### **Mercado objetivo**

¿La empresa tiene identificado un segmento de mercado? Ejemplo: Lugar de procedencia, intereses del turista, tiempo de estancia, gasto promedio, etc.  
Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelo:

---

---

¿La empresa tiene identificado un nicho específico de mercado? Ejemplo: Corporativo, vacacional, mochilero, familias, etc.  
Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, méncionelo:

---

---

¿Estos visitantes son en su mayoría de procedencia regional, nacional o internacional?

¿De qué ciudades?

---

---

### **Normatividad**

¿Qué tipo de políticas tienen como empresa? Puede seleccionar varias opciones.

a) Calidad

b) Sostenibilidad

c) Pagos

d) Ventas

e) Otra. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Tienen implementada la Norma de Seguridad y Salud en el trabajo?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

### **Responsabilidad y proyección social**

¿Qué planes o proyectos han desarrollado como empresa en pro de la sociedad/comunidad?

Nombre del proyecto: \_\_\_\_\_

Tiempo de ejecución: \_\_\_\_\_

Recursos destinados: \_\_\_\_\_

Ninguno. \_\_\_\_\_

¿Tienen participación en redes o equipos relacionados con proyectos sociales,

ambientales, culturales?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione cuáles:

---

---

¿Realizan aportes/donaciones a fundaciones u ONG's? Frecuencia

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, mencione a cuáles entidades:

---

---

¿Cuáles planes o proyectos sociales en proceso y futuros tienen como empresa?

---

---

### **Capital humano**

El proceso de contratación de la empresa se hace:

- a. Por bolsa de empleo
- b. De manera directa
- c. Contratación temporal
- d. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de contratos manejan con sus colaboradores?

- a. Contrato indefinido
- b. Contrato a término fijo
- c. Contrato por prestación de servicios
- d. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Con cuántos colaboradores cuenta actualmente?

- a) Menos de 10
- b) De 10 a 20
- c) De 20 a 30
- d) Más de 30

De la totalidad de sus trabajadores, ¿cómo se distribuyen porcentualmente de acuerdo a la formación académica máxima alcanzada?

- a. Normas de competencia: \_\_\_\_\_
- b. Bachilleres: \_\_\_\_\_
- c. Técnicos: \_\_\_\_\_
- d. Tecnólogos: \_\_\_\_\_
- e. Profesionales: \_\_\_\_\_
- f. Especialistas: \_\_\_\_\_
- g. Magíster: \_\_\_\_\_
- h. Doctorado: \_\_\_\_\_

¿Cuál es el rango de remuneración de los empleados?

- a) Entre 1 y 2 smmlv
- b) Entre 3 y 4 smmlv
- c) Entre 5 y 6 smmlv

¿Cada cuánto son capacitados sus colaboradores en temas relacionados con sus funciones dentro de la empresa?

- a) Trimestral
- b) Semestral
- c) Anual
- d) Nunca

¿Hay posibilidades de ascenso dentro de la empresa?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Actualmente cuántos colaboradores manejan un segundo idioma?

---

---

### **Promoción y comercialización de la empresa**

¿Cuentan con área comercial dentro de la empresa?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Poseen un control/monitoreo de las ventas y proyecciones mensuales?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Si su respuesta a la pregunta anterior es sí, ¿de qué manera lo hacen?

---

---

¿De qué manera llegan al turista?

a) Redes sociales

b) Voz a voz

c) Publicidad

d) Volantes

e) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cómo se venden/comercializan al mercado actualmente?

a) Directamente con el cliente

b) Por medio de agencias de viaje.

c) Promoción digital

d) Televisión

e) Volantes

f) Radio

g) Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_



## 10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para que el proceso de servucción turística funcione, es necesaria la identificación de la cadena productiva del turismo la cual surge desde el sistema turístico y desprende eslabones que se soportan dentro de la cadena con actores previa y posteriormente para que se pueda dar una actividad turística que cumpla con los objetivos de generación de valor y garantía a quienes desarrollan y viven la actividad; por esto es importante lograr que el turismo se desarrolle de manera integral con cada uno de los eslabones que lo componen para que todo funcionen de manera armoniosa y sinérgica y se generen beneficios tanto para el destino como para los prestadores y la comunidad en sí.

Por esto fue necesaria la identificación de los diferentes elementos/eslabones que juegan un papel significativo dentro de la labor y la cadena productiva y en este caso para la operatividad del turismo en la ciudad de Manizales, donde con el estudio desde la parte teórica de sus conceptos, el diseño y aplicabilidad de instrumentos de recolección de datos divididas por categorías de estudio se pretendió por una parte determinar de qué manera estaba conformada esa cadena y si estos instrumentos permitían como tal la caracterización y por lo tanto se concluye y recomienda lo siguiente:

- ✓ Con el reconocimiento de los diferentes eslabones que componen a la cadena productiva del turismo es posible evidenciar que para que la actividad turística funcione es necesario tenerlas identificadas y bien estructuradas dentro de un destino, pues de nada sirve tenerlas aisladas, pues no permitirían el goce y disfrute adecuado de una persona al momento de visitar su lugar de interés ya que encierra todos aquellos bienes y servicios que requiere para que su estadía sea la más completa; además se debe tener en cuenta que estos eslabones tienen influencia tanto en la parte social, ambiental, económica y legal en toda la actividad que se da en una ciudad o departamento.

- ✓ Con el análisis de las diferentes características de cada uno de los eslabones que integran a la cadena productiva del sector turístico de la ciudad de Manizales, se puede evidenciar que dentro de la misma existe mucho potencial a desarrollar desde cada prestador, pues permitió analizar su estado actual y cuáles son importantes al momento de querer desarrollar la actividad dentro de la ciudad y así identificar cuáles influyen directamente en la cadena para que se desarrolle de manera conjunta y armoniosa.

Para la definición de los parámetros o categorías de estudio englobados en un instrumento de recolección de datos para caracterizar los diferentes actores que pertenecen a la cadena de valor se tuvieron en cuenta aspectos como información general, oferta de la empresa, mercado objetivo, normatividad, responsabilidad y proyección social, capital humano y promoción y comercialización, donde se pudo evidenciar lo siguiente desde un punto de vista de metodología:

- ✓ Gracias al análisis de las características que componen a la cadena productiva del turismo y los eslabones que forman parte de ella, se encuentra que hay buenas definiciones teóricamente y esto da pie a que se pueda diseñar y proceder a aplicar los instrumentos para mirar cómo está el sector en general.
- ✓ El instrumento aplicado a un actor representativo por cada eslabón permite obtener información acorde al servicio que están prestando actualmente, pero es necesario que para que exista información más concisa acerca de lo que se desea obtener, se escoja una muestra más representativa del eslabón a analizar para generar mayor interpretación del mismo.
- ✓ La información establecida dentro de los instrumentos es muy general y dependiendo del prestador que se quiera estudiar a mayor profundidad se hace necesaria la ampliación de las preguntas. (sea una cadena hotelera que cuente con varias sucursales y se quiera conocer qué tanto capital humano requiere, que nivel de promoción necesita, entre otras características) Para esto se

necesitan instrumentos establecidos en un rango medio, donde dependiendo del prestador sea grande o pequeño pueda ser aplicado sin mayor complicación.

- ✓ Es necesario tener un diseño más cuidadoso de los instrumentos que permitan identificar a profundidad los aspectos del sector, ya que se evidencian preguntas repetitivas o redundantes en algunas categorías de estudio y por otra parte, se requiere cambiar de lugar algunas preguntas y establecerlas cuidadosamente dentro de los distintos ítems que se establecieron, por ejemplo algunas preguntas referentes a normatividad u oferta de la empresa, se encontraban dentro de una categoría no acorde a la misma.
- ✓ El instrumento permite que se conozca en general cuáles son las necesidades y aspectos por mejorar dentro de cada prestador de servicios turísticos, pero no permite tener mayor profundidad en aspectos específicos que dependiendo de la investigación se requiera o se plantea la opción de diseñar más preguntas que se acomoden a los requerimientos.
- ✓ Muchas de las preguntas que se encuentran definidas de manera abierta, deben cambiarse a ser de manera cerrada, ya que al estar tan abiertas generan confusión en el entrevistado y las respuestas no tienden a ser concretas o no ser las esperadas por el entrevistador.
- ✓ En el caso de preguntas como “número aproximado de personas con formación académica máxima alcanzada”, se evidencia que al ser un interrogante formulado de manera abierta se generan confusiones en el entrevistado y la aplicación del instrumento se hace muy extenso; esto ocurre ya que la persona puede no tener claro un porcentaje específico de cuántos colaboradores tienen determinado estudio.

- ✓ Otras de las preguntas en el caso de “Normatividad” deben ampliarse un poco más en el instrumento para generar mayor conocimiento en el entrevistador y poder hacer un análisis más amplio de la información recolectada.
- ✓ Se evidencia que no es de mayor relevancia analizar la categoría de estudio de “Responsabilidad y proyección social”, pues en la ciudad de Manizales se reconoce que no es un destino de turismo comunitario y por ende sus resultados no tienen mayor repercusión al momento de caracterizar la cadena productiva.
- ✓ Es necesario implementar una categoría que trate sobre sostenibilidad, la cual permita identificar de qué manera lo aplican los diferentes prestadores de servicios turísticos que forman parte de la cadena productiva dentro de sus organizaciones.

Finalmente, en cuanto a la parte del reflejo de los instrumentos se puede evidenciar lo siguiente:

- ✓ Falta formación y conocimiento de normativas por parte de algunos prestadores en cuanto a lo que deben hacer y certificarse legalmente, pues se enfocan mucho en la operación como tal del servicio, pero no en la actualización y proyección de las normas.
- ✓ Se evidencia que algunas personas que se encuentran trabajando como prestadores de servicios turísticos no están totalmente preparados para ejercer en el campo, pues no tienen completo conocimiento en el sector y su principal formación es en otras áreas diferentes al turismo o lo desarrollan de manera empírica.
- ✓ El instrumento permite demostrar y detectar las necesidades en general que tienen los prestadores dentro de sus distintas labores en el turismo; un caso puntual puede ser la falta de manejo de un segundo idioma.

- ✓ Con la recolección de los datos, éstos permiten conocer los aspectos por mejorar en el sector en cuanto al hecho de capacitarse e implementar las diferentes normas técnicas sectoriales que pide el entorno, pues algunos de los prestadores buscan certificarse en cursos o capacitaciones de manera independiente y sería ideal que desde las instituciones se llegue más a ellos para contar con calidad en la prestación de los servicios turísticos.
  
- ✓ Finalmente, con el instrumento se puede analizar el tipo de turista que llega a la ciudad y permite determinar que mayormente son turistas corporativos y de naturaleza; por esto si se aplican más instrumentos a más empresas y prestadores se podría llegar a generar un estudio más amplio dependiendo de la necesidad que tenga el sector de caracterizar el perfil o motivo de llegada de una persona a la ciudad.

## 11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<sup>2</sup> Revista Sectorial. (2012). Lo que debe saber de cadena productiva. Recuperado de <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/50488>

<sup>3</sup> José María Mendoza Guerra (2009, enero-junio). Gestión de cadenas productivas. Pensamiento Americano. Recuperado de <http://www.coruniamericana.edu.co/publicaciones/ojs/index.php/>

<sup>4</sup> IDEM

<sup>5</sup> Departamento Nacional de Planeación. Cadenas Productivas. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/PRESENTACION.pdf>

<sup>6</sup> Ventura, V. (2011, septiembre). El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México. Working Paper, Serie Comercio y Crecimiento Inclusivo. Recuperado de [http://latn.org.ar/wp-content/uploads/2014/09/WP\\_138\\_FLA\\_SCCI\\_Ventura.pdf](http://latn.org.ar/wp-content/uploads/2014/09/WP_138_FLA_SCCI_Ventura.pdf)

<sup>7</sup> Mochón, F. (Ed). (2008). Economía y turismo. Madrid. España. Editorial Mc Graw Hill.

<sup>8</sup> Analistas Económicos de Andalucía. (2006). Informe Anual de Turismo en Andalucía. Andalucía, España. Recuperado de <http://www.economiaandaluza.es/publicaciones/informe-anual-turismo-andalucia-2006>

<sup>9</sup> Organización Mundial de Turismo. Entender el Turismo, Glosario Básico. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

<sup>10</sup> Goeldner, C. R. y Brent, J. R. (Ed). (2011). Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas. México D.F. México. Editorial Limusa Wiley.

<sup>11</sup> Boullón, R. C. (Ed). (1997). Planificación del Espacio Turístico. México D.F. México. Editorial Trillas.

<sup>12</sup> Ley 300 de 1996. Ley General de Turismo. Ministerio de Desarrollo Económico. Bogotá. Colombia. 30 de julio de 1996.

<sup>13</sup> Panosso, A. y Lohmann, G. (2012). Teoría del turismo: Conceptos, modelos y sistemas. México D.F. México. Editorial Trillas

<sup>14</sup> IBIDEM <sup>12</sup>

<sup>15</sup> IBIDEM <sup>12</sup>

<sup>16</sup> Planificación del espacio turístico, Roberto C. Boullón, pagina 40. Editorial Trillas, 1997, México, Segunda edición (2001). ISBN: 968-24-4608-2