

**CAPACITACION AL SECTOR DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS
TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN DE GIRÓN**

WILLIAM MURILLO MANTILLA



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESCUELA DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION
ESPECIALIZACION EN GERENCIA PÚBLICA
BUCARAMANGA
2007**

**CAPACITACION AL SECTOR DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS
TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN DE GIRÓN**

WILLIAM MURILLO MANTILLA

**Proyecto de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en
Gerencia Pública**

**Director del Proyecto:
HOLGER ALBERTO VELANDIA JAGUA
Administrador de Empresas**



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESCUELA DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION
ESPECIALIZACION EN GERENCIA PÚBLICA
BUCARAMANGA**

2007

AGRADECIMIENTOS

Este Informe no se habría podido preparar sin la generosa colaboración de muchas personas y organizaciones a quienes expresé mi agradecimiento. Deseo extender un especial reconocimiento a la Cámara de Comercio seccional Girón Doctora Luisa Fernando Montero Lizcano y a mi hermano Wilson Ramiro Murillo Mantilla; por su apoyo en la culminación de esta especialización.

TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
INTRODUCCION	21
1. OBJETIVO GENERAL	22
2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	23
3. JUSTIFICACION.	24
4. MARCO DE REFERENCIA	25
5. MARCO HISTÓRICO.	27
5.1 COMPONENTE POLÍTICO ADMINISTRATIVO	27
5.1.1 Reseña histórica de Girón.	27
5.2 UBICACIÓN GEOGRAFICA	30
5.3 HIDROGRAFIA	31
6. MARCO LEGAL	34
6.1 PLANEACION DEL SECTOR TURISTICO	36
6.2 POLITICA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE GIRÓN	37
6.2.1 Plan de Ordenamiento Territorial de San Juan de Girón 2000 – 2009	37

6.2.2 El Plan de Desarrollo “Girón Vuelve a Creer” del Municipio de San Juan Girón.	38
6.2.2.1 Artículo Sexto. Línea estratégica un sector productivo comprometido con Girón.	38
6.2.3 Formulación del Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad San Juan Girón	39
6.2.3.1 Introducción	39
6.2.3.2 Momento de Construcción Plan de Gestión y Acción	39
7. METODOLOGIA	41
8. CAPITULOS	45
8.1 SERVICIO AL CLIENTE	45
8.2 MERCADEO TURISTICO	45
8.3 LEGISLACION TURÍSTICA Y DEL PATRIMONIO	45
8.4 OPERACIÓN DE LA GUIANZA	46
9. RECURSOS DEL PROYECTO	47
9.1 RECURSOS MATERIALES	47
9.2 RECURSOS INSTITUCIONALES	47
9.3 RECURSOS TECNOLOGICOS	47
10. CONCLUSIONES	48

ANEXOS

ANEXO 1. CARTA DE PRESENTACIÓN INVITANDO A LOS ESTABLECIMIENTOS.	50
ANEXO 2. DISEÑO CARTA CONVOCATORIA PLAN A.	53
ANEXO 3. DISEÑO CARTA CONVOCATORIA PLAN B.	54
ANEXO 4. OFICIO A LA LICENCIADA CLAUDIA JANETH FERNÁNDEZ.	55
ANEXO 5. FOTOS SENSIBILIZACIÓN A LOS ESTUDIANTES DEL PROYECTO.	56
ANEXO 6. VISITA A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.	57
ANEXO 7. CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN.	58
ANEXO 8. FOTOS CAPACITACIÓN SERVICIO AL CLIENTE.	59
ANEXO 9. FOTOS CAPACITACIÓN MERCADEO TURÍSTICO.	60
ANEXO 10. FOTOS CAPACITACIÓN LEGISLACIÓN TURÍSTICA Y DEL PATRIMONIO.	61
ANEXO 11. FOTOS CAPACITACIÓN OPERACIÓN DE LA GUIANZA.	62
ANEXO 12. FOTOS RECORRIDO POR EL CASCO ANTIGUO DEL MUNICIPIO.	63

ANEXO 13. FOTOS ENTREGA DE CERTIFICADOS DE ASISTENCIA.	66
ANEXO 14. FORMATO PLANILLA DE ASISTENCIA.	67

GLOSARIO

ACTIVIDAD TURÍSTICA: Se puede definir como el resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que, por diferentes motivos, visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos.

ACUATURISMO: En Colombia "Es una forma de turismo especializado que tiene como motivo principal el disfrute por parte de los turistas de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, prestados durante el desplazamiento por ríos, mares, lagos y en general por cualquier tipo de agua, así como de los diversos atractivos turísticos que se encuentren en el recorrido utilizando para ello embarcaciones especialmente adecuadas para tal fin." (LEY 300/1996).

ACULTURACIÓN: "Se designa con este término a los procesos o fenómenos que resultan del contacto directo y la interacción entre grupos de individuos de culturas diferentes, con cambios posteriores en uno u otro grupo, o en ambos, a causa de una adopción o asimilación de elementos y características culturales ajenas. También se refiere a una cultura dominante o activa, sobre otra receptora o pasiva. Utilizado por este alcance el concepto de aculturación supone un profundo contenido discriminatorio de orden cultural."

AGENCIA DE VIAJES: 1. "Empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier índole. (ACERENZA.82). 2. En Colombia: "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 los proveedores de servicios". (LEY 300.96).

AGENTE DE VIAJES: 1. En Colombia: El Artículo 1º de la Ley 32 de marzo 6 de 1990 lo define de la siguiente manera: " El Agente de Viajes es un empresario que ejerce la profesión en la economía turística que comprende satisfacciones intelectuales y técnicas lo mismo que actividades industriales y de mandato". (VALENCIA 2004).

AGROTURISMO: 1. Estrategia que posibilita el desarrollo turístico sostenido de pequeñas localidades con la participación activa de sus habitantes, que ofrecen al visitante, tanto los servicios de alojamiento y alimentación en sus viviendas, como la participación activa en la vida del campo. (DUMOULIN.74) 2. Colombia " Tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas". (LEY 300.96) 3. " Conjunto de relaciones humanas resultantes de la visita de turistas a comunidades campesinas y su ambiente para el aprovechamiento y disfrute de sus valores naturales, culturales y socio productivos".

ALOJAMIENTO: ALOJAMIENTO: 1. Tipo Hotelero: Son aquellos tradicionalmente utilizados por los viajeros para su hospedaje. 1.1 Explotación artesanal y familiar: Pensiones, hostales, hosterías y posadas. Generalmente son establecimientos pequeños. Nuevas modalidades: fincas, estancias, casas, etc. 1.2 Explotación Industrial: hoteles medianos y grandes. Nuevas modalidades: suites, aparta-suites, resorts, hoteles boutique, etc. 2. Tipo Residencial: Son aquellos orientados esencialmente hacia el grupo familiar. Villas, bungallows, chalets, condominios. 3. Tipo complementarios: Alojamientos de características diferentes que pueden ser muy dispares unos de otros Albergues de juventud, camping, " trailers parks ", centros vacacionales colectivos, entre otros.

ANATO: Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. Su origen se remonta al mes de mayo 1948 en la ciudad de Bogotá, bajo el nombre de Asociación Nacional de Agencias de Turismo ANAT. Mediante Resolución No 0265 del 20 de octubre de 1949 expedida por el Ministerio de Justicia. A 2003 contaba con 430 Agencias afiliadas, que representaban el 38.4 % del total de Colombia. Página Web: www.anato.org (VALENCIA 2004).

BIENES CULTURALES: Se entiende como: " El aporte que haya tenido para una sociedad determinada: un objeto, un inmueble, un sitio o una tradición en su correspondiente momento histórico."

BIENES CULTURALES INTANGIBLES: "Aquellos, que no tienen sustentación material sino que corresponden a las manifestaciones que sólo la tradición mantiene vivas, como las costumbres, los rituales, el folklore, las danzas etc."

BIENES CULTURALES TANGIBLES: "Aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales, como la arquitectura, la cerámica, la orfebrería, etc."

BIENES TURÍSTICOS: Atractivos Turísticos, o Recursos Turísticos. Materia prima del turismo. Se clasifican en: Naturales (ríos, playas, etc.) y Creados: (Iglesias, museos, etc.)

CADENA HOTELERA: Conjunto de hoteles de una organización administrados o que pertenecen a una empresa especializada la cual también puede permitir el uso de su nombre mediante el pago de franquicia.

CENTRO TURÍSTICO: Conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su propio radio de influencia (hora y media de tiempo distancia), con atractivos y planta turística suficiente como para motivar un viaje turístico. Cuenta con facilidades de alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento; información, comercios turísticos, agencias de viaje, automóviles de alquiler, telecomunicaciones, etc.

CENTRO VACACIONAL: Conjunto de instalaciones de turismo destinada al alojamiento individual o colectivo, dotadas de servicios complementarios, tales como restaurantes, áreas recreativas etc.

CITY TOUR: Itinerario turístico que incluye la visita guiada de una ciudad.

CORREDOR TURÍSTICO: Se puede definir como la línea de unión entre áreas, polos, zonas, complejos, núcleos, atractivos o puertos de destino, que sirven para el traslado

de unos a otros por rutas seleccionadas entre aquellas que cuentan con una mayor distribución lineal de atractivos ubicados sobre las mismas o fácilmente conectados a ellas y que pueden ser visitados a lo largo del trayecto.

CULTURA: 1. Cultura según el Diccionario de la Real Academia: " es un conjunto de bienes morales o de conceptos acumulados por tradición o herencia...". 2. La Conferencia Internacional de Turismo Cultural, celebrada en Yakarta, Indonesia en noviembre de 1992 expresó: " La cultura se puede definir como el conjunto de creencias, actitudes, hábitos y formas de comportamiento compartidos por una sociedad y que son transmitidos de generación a generación". 3. "...Patrones de pensamiento, sentimiento, y conducta de los seres humanos que se transfieren de una generación a otra entre los miembros de una sociedad...". (SHEPARD.80) 4. Gabriel García Márquez (1995), la define como: "...el aprovechamiento social de la inteligencia humana..." 5. La Ley 397 de 1997 o Ley General de la Cultura la define como: " el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores tradiciones y creencias". 6. " Cultura es todo, las herramientas de un artesano, el modo de hablar, los modos de cocinar; tanto como una novela o una pintura, una danza, una canción, un filme. La cultura es el por qué de las cosas."

DEMANDA: " Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo. " Refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien por parte de todas las personas que manifiesta una necesidad capaz de ser satisfecha por el consumo de referido bien."

DEMANDA TURÍSTICA: 1. Conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en lugar de la estancia. 2. " Formada por el conjunto de consumidores - o posibles consumidores - de bienes y servicios turísticos".

ECOTURISMO: 1. Según el profesor Franco Ferrari de la Universidad de la Florida, el término ecoturismo se debe al Dr. Nicolás Hetzner y apareció la revista Ecosphere en el año de 1965, como Turismo Verde o Turismo de Naturaleza. 2. El Instituto

Interamericano de Turismo (1983) lo define como: "La utilización del turismo como medio para obtener fondos necesarios para la conservación de la naturaleza, la protección de recursos naturales especiales y la defensa del medio ambiente por medio del uso sostenible, ecológicamente compatible y no destructivo de hábitat y sitios naturales". 3. Colombia: "Es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible". El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y en las comunidades aledañas." (LEY 300.96).

EMPRESA TURÍSTICA: Por extensión, unidad de organización dedicada a la prestación de servicios turísticos, entre otras, Aerolíneas, Hoteles, Agencias de Viaje, Restaurantes, Arrendadoras de Vehículos etc.,

ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO: Se puede definir como: " establecimiento de comercio, de propiedad de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que presta servicios de producción y venta de alimentos y bebidas para consumo dentro del establecimiento"

ESTABLECIMIENTO HOTELERO DE INTERÉS TURÍSTICO: Establecimiento de alojamiento que por sus características de oferta, calidad y prestación de servicios forma parte del producto turístico local, regional, o nacional.

GEOGRAFÍA TURÍSTICA: 1. Rama de la Geografía que estudia la localización, las características ambientales, la distribución de flujos turísticos, la capacidad de carga turística, los medios de desplazamiento, los elementos de articulación y la imagen paisajística , de aquellas áreas o poblaciones que se comportan o se pueden comportar como destinos turísticos a efectos de su ordenamiento, desarrollo sostenible y promoción.

GUÍA ACOMPAÑANTE: Persona con amplios conocimientos de los sitios que transitan, normalmente asiste al viajero en la toma de servicios como alojamiento, transporte, alimentación, ingreso a sitios de interés y contratación de guías locales.

GUÍA TURÍSTICO: 1. Persona con profundos conocimientos sobre patrimonio, atractivos y servicios turísticos facultada para guiar y conducir visitantes a lugares específicos detallando los aspectos más interesantes de los mismos, así como a prestar asistencia de diversa índole a los mismos. Por lo general, los guías de turismo, hablan además del idioma nativo, uno o más idiomas. (NOVO.77) 2. En Colombia la Ley 300/96 expresa: "Se considera Guía de Turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientarlo, conducirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado". (VALENCIA 2004).

INCULTURACIÓN: "Proceso favorable o parcial de elementos culturales provenientes de otro medio social, que mejoran o enriquecen el medio nativo, sin que se afecte lo fundamental de la cultura autóctona".

INFORMACIÓN TURÍSTICA: Acción que a nivel público o privado se ejerce para transmitir conocimientos por diferentes medios (prensa, folletos, radio, televisión, cine, Internet, guías, etc.) acerca de los atractivos turísticos naturales, culturales, folclóricos, transporte, alojamiento, alimentación y servicios, recreación y esparcimiento de un país, sus regiones o sus localidades. Se puede clasificar en promocional, de referencia e ilustrada. Promocional: Véase además, PROMOCIÓN TURÍSTICA, PUBLICIDAD TURÍSTICA) Referencia: " Narración o relación de una cosa".

INVENTARIO TURÍSTICO: 1. Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales que como un conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística de un país (OEA.73) 2. "Conjunto de atractivos naturales, bienes culturales, etnografía y realizaciones técnicas contemporáneas que forman parte del patrimonio de una nación, región o localidad que deben ser registrados, ordenados y jerarquizados para su puesta en valor". (VALENCIA.2004).

LOCALIDAD TURÍSTICA: "Lugar que por su situación sobre las vías de comunicación, sus instalaciones, atractivos y servicios turísticos es objeto de demanda turística".

MERCADEO TURÍSTICO: 1. Conjunto de técnicas y acciones relativas a la transferencia y venta de servicios turísticos del productor al consumidor del producto turístico. 2. Se entiende como: " La adaptación sistemática y coordinada de políticas de quienes emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional o internacional, tendientes a la óptima satisfacción de determinados grupos de consumidores en búsqueda de un apropiado beneficio".

NORMATIVIDAD TURÍSTICA: Conjunto de normas (leyes, decretos, resoluciones y sentencias) que regulan el sector turístico.

OFERTA TURÍSTICA: Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje...) y tangibles (Atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, recreación etc.) ofrecidos efectivamente al turista.

OMT: Organización Mundial del Turismo. Su origen se remonta al año 1925. En la actualidad agrupa organismos públicos o privados vinculados al turismo. Sus estatutos, fueron aprobados por Colombia mediante la Ley 63 de 1989. Comprende 6 Comisiones Regionales: África, Americas, Asia Meridional, Asia Oriental y Pacífico, Europa y Medio Oriente. Al finalizar el año 2002, la OMT reunía a 148 estados miembros (países y territorios) y a más de 350 Miembros Afiliados, que representan gobiernos locales, sector privado, asociaciones de turismo e instituciones docentes. En septiembre de 2003, Organismo Especializado de la ONU. Pagina Web: <http://www.world-tourism.org> (VALENCIA 2004).

OPERACIÓN HOTELERA: 1. Comprende la investigación, estudio, análisis y resultados de los siguientes aspectos de un hotel para un período determinado. A) Financieros: ventas, costos, gastos, nómina, utilidad etc. B) Mercadeo y comercialización: origen del mercado, segmentación del mercado, gestión de reservas, medios de pago, etc. C) Indicadores del alojamiento: porcentaje de ocupación, índice de alojamiento, tarifa promedio, estadía promedio etc. 2. Publicación semestral de la Asociación Hotelera de Colombia.

PAQUETE TURÍSTICO: 1. Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas aéreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones.

PATRIMONIO: Es el conjunto de bienes, derechos y obligaciones que hacen parte del acervo de una persona. El patrimonio público es lo que pertenece al estado. Se puede clasificar en patrimonio moral y patrimonio económico.

PATRIMONIO CULTURAL: 1. Se puede entender, tanto el conjunto de lugares, bienes, conocimientos tradiciones y manifestaciones que forman parte, tanto de una nación, región, o localidad, como de sus habitantes y que se deben preservar para el disfrute de la comunidad. (VALENCIA.89) 2. El Artículo 63 de la Constitución Política de Colombia, señala: "...las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la nación y demás bienes que determine la Ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables" . 3. El Artículo 72 Constitución Política de Colombia, expresa: " El patrimonio cultural de la nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio Arqueológico y otros bienes que conforman la identidad nacional, pertenecen a la nación". 4. Claude Moulin (1996) lo define así: " Es todo espacio, porque todo espacio, es vida humana". (VALENCIA 2004).

PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS: En Colombia: "Se califica como prestador de servicios turísticos a toda persona, natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie, o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de servicios turísticos y que se encuentre debidamente inscritos en el Registro Nacional de Turismo".

RECURSOS TURÍSTICOS: 1. En Colombia, el Artículo 1º del Decreto 757 de 1972 los definía de la siguiente manera:" los Recursos Turísticos Nacionales son bienes de dominio público o privado, que tienen adecuadas condiciones para la atracción y fomento del Turismo". 2. La Declaración de Manila (Organización Mundial del Turismo, Filipinas 1980), expresa en el punto 18: " Los recursos turísticos de que disponen los países están constituidos a la vez por espacio, bienes y valores. Se trata de recursos

cuyo empleo no puede dejarse a una utilización incontrolada y correr el riesgo de su degradación, incluso, su destrucción".

REGISTRO NACIONAL DE TURISMO: En Colombia, el Registro Nacional de Turismo (RNT) fue establecido mediante el Artículo 61 de la Ley 300 de 1996. En este Registro, se deben inscribir todos los Prestatarios de Servicios Turísticos entre otros: Alojamiento, Agencias de Viaje, Oficinas de Representaciones Turísticas, Operadores de Congresos, Operadoras, Mayoristas, Guías de Turismo, Arrendadoras de Vehículos, etc.

TURISMO: CONCEPTOS Y DEFINICIONES: 1. Se puede definir como el fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo.

VITRINA TURÍSTICA: Evento anual que desde el año de 1980 realiza la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes. Su objetivo básico es la comercialización de los productos turísticos de los países participantes.

ZONAS TURÍSTICAS: "Son las extensiones de territorio que por contener un potencial de recursos turísticos deben someterse a especiales medidas de protección y a un planeamiento integrado que ordene su desarrollo". Las Zonas Turísticas se clasifican en Zonas de Desarrollo Turístico y Zonas de Reserva Turística".

RESUMEN

TITULO: CAPACITACION AL SECTOR DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN DE GIRÓN*.

AUTOR: WILLIAM MURILLO MANTILLA**

PALABRAS CLAVES: Producto bruto interno, legislación turística, prestadores de servicios turísticos, bien de interés cultural.

DESCRIPCION

Desde el punto de vista económico, el turismo es una actividad de mucha jerarquía con su incidencia en el desarrollo nacional, especialmente sobre la redistribución de la renta, generación de empleo, incremento del producto bruto interno y sobre las economías regionales. También esta definido por su demanda y el consumo de los visitantes, por otra parte, el turismo se refiere a los bienes y servicios producidos para atender dicha demanda. Hoy en día Colombia cuenta con una legislación turística encamada a fortalecer las políticas públicas de desarrollo y normatización para el sector del Turismo.

Para el caso del Municipio ciudad San Juan Girón, se desarrollo un programa de capacitación dirigido a los prestadores de servicios turísticos y vendedores informales del casco antiguo, con el fin de concientizarlos en la importancia de estar preparados para enfrentar los nuevos retos de competitividad y productividad de este sector, se capacito en temas relacionados con el servicio al cliente, mercadeo turístico, legislación turística y del patrimonio y operación de la guianza. Estas herramientas permiten fortalecer los procesos internos como externos de los prestadores de servicios turísticos.

Este Municipio considerado bien de interés cultural cuenta con especiales condiciones como producto histórico y cultural, fácil de vender a los proveedores de servicios turísticos por su arquitectura y valor histórico, por lo tanto se requiere la participación de las comunidades, el sector público y privado, con el fin de crear una política turística y cultural que proyecte a la Ciudad San Juan Girón como destino preferido tanto de nacionales como de extranjeros.

* PROYECTO DE GRADO.

** UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. ESCUELA DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION. DIRECTOR HOLGUER VELANDIA

SUMMARY

TITLE: TRAINING TO THE SECTOR OF TOURIST SERVICE AGENTS IN THE MUNICIPALITY OF SAN JUAN DE GIRON.

AUTHOR: WILLIAM MURILLO MANTILLA

KEY WORDS: Gross domestic product, tourist legislation, tourist service agents, asset of cultural interest.

DESCRIPTION

From the economic point of view, tourism is an activity of a high hierarchy with its incidence in the national development. Specially, regarding the redistribution of the rent, employment creation and increase of the gross domestic product and concerning the regional economies. It is also defined for its demand and the consumption of the visitors. On the other hand, tourism refers to the assets and services produced in order to cope with the aforementioned demand. Today Colombia counts on a tourist legislation aimed to strengthen the public policies in regards of development and regulation of the touristic sector.

To the specific case of the municipality of San Juan de Giron, it was developed a training program aimed to the tourist service agents and informal sellers of the old town. This with the idea of making them aware of the importance of being prepared to face the new challenges concerning competitiveness and productivity of this sector. The training approached topics related to the client service, tourist merchandizing, tourist legislation, legacy and guidance operation. These tools help to strengthen the internal processes as external by the tourist service agents.

This municipality well considered of cultural interest, counts on special conditions as a historic and cultural product, easy to promote to the tourist service suppliers due to its architecture and historic value. As a consequence, it is required the communities interest as well as the public and private sector's interest; with the goal of creating a tourist and cultural policy which hurls San Juan de Giron as a preferred destiny either for native or for foreigners.

*GRADUATION PROJECT

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. ECONOMY AND ADMINISTRATION SCHOOL. DIRECTOR HOLGUER VELANDIA

INTRODUCCION

Considerado como uno de los fenómenos socio-económicos más importantes en las últimas décadas a nivel mundial, el turismo se ha convertido en un indicador del nivel de vida de la sociedad y una importante fuente de ingresos de las economías.

La Cámara de Comercio y la oficina de Cultura y turismo de la Ciudad San Juan Girón, una vez culminado el Plan Estratégico de Turismo en el año 2006, decidieron dar cumplimiento al resultado de las acciones, que se consignaron en el plan y la meta propuesta para el año 2007 era la de realizar el programa de capacitación dirigido a los prestadores de servicios turísticos del Municipio, programa que se planeo y se organizo con la asesoría del señor William Murillo Mantilla, estudiante de Postgrado de la Universidad Industrial de Santander UIS, quien apporto su experiencia y conocimientos para el logro de los objetivos propuestos y que a la vez le serviría como proyecto de grado para obtener el título de Especialista en Gerencia Publica.

1. OBJETIVO GENERAL

Capacitar al sector de los prestadores de servicios turísticos en temas relacionados con el servicio al cliente, operación de la guianza, mercadeo turístico, legislación turística y del Patrimonio, con el fin de crear conciencia turística en los actores involucrados, fomentando la competitividad y sostenibilidad de la industria turística del Municipio Ciudad San Juan Girón.

2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Concientizar a los prestadores de servicios turísticos en la necesidad de estar capacitados para afrontar los nuevos retos de los mercados turísticos.
- Involucrar a los prestadores de servicios turísticos en los procesos de formación académica, para que tengan sentido de pertenencia.
- Lograr alianzas estratégicas que permitan calidad y competitividad en el desarrollo del sector.
- Motivar a la administración Municipal para que participe en los procesos relacionados con turismo, teniendo en cuenta que la Ciudad San Juan Girón es un Bien de Interés Cultural.
- Buscar el posicionamiento del Municipio Ciudad San Juan Girón, con políticas definidas de promoción y mercadeo turístico.

3. JUSTIFICACION

Para hablar del turismo de la Ciudad San Juan Girón, es necesario conocer el desarrollo del turismo de la región y es por esto que el Departamento de Santander en los últimos años se ha estado preparando para consolidarse como producto turístico en deportes y aventura, sin desconocer la importancia del turismo histórico - cultural del cual hace parte la Ciudad San Juan Girón como Bien de Interés Cultural, que cada día se consolida como atractivo del Departamento y del área metropolitana.

Vale la pena destacar el gran esfuerzo que la cámara de comercio seccional Girón esta realizando por la industria del turismo, ofreciendo oportunidades a los empresarios del sector y constante capacitación que contribuye al mejoramiento de las buenas practicas de atención a los turistas.

El Municipio de Girón ha entrado en un estancamiento del tiempo que si hacemos una mirada hacia el pasado, en las últimas dos administraciones la industria del turismo no se ha desarrollado bajo una política pública que permita planear, desarrollar y promocionar este importante destino a nivel departamental, nacional e internacionalmente.

Es por esto que la capacitación dirigida a los prestadores de servicios turísticos en los temas como servicio al cliente, mercadeo turístico, legislación turística y del patrimonio y operación de la guianza, contribuyen al mejoramiento del sector y la Consolidación del producto turístico de historia y cultura.

4. MARCO DE REFERENCIA

La política del turismo reciente, ha puesto énfasis en mejorar la competitividad del sector en sus productos y en sus destinos. Se ha centrado en atender las necesidades y el desarrollo del turismo doméstico que en el orden internacional y en Colombia representa el 80% de los desplazamientos por motivos turísticos.

La tendencia a la recuperación del turismo doméstico se ha acentuado cada año en las principales temporadas del año unidas al programa de seguridad democrática, que permitieron organizar las caravanas turísticas “Vive Colombia, viaja por ella”, como mecanismo para generar confianza en los viajeros por carretera y para reactivar el turismo interno.

El turismo es una actividad que genera en su cadena productiva incalculables millones de dólares y ocupa el tercer componente en el sector de servicios, hoy en día representa el desarrollo económico y sostenible de algunas economías del Mundo. Colombia no es ajena a estas tendencias y el gobierno Nacional en el año 1996 expidió la primera Ley reglamentaria para el sector del Turismo, la Ley General de Turismo Ley 300 de 1996 que desde entonces ha generado políticas públicas de desarrollo y normatización para el sector del Turismo.

La Política de competitividad, mercadeo y promoción turística de Colombia Según el artículo 37 de la ley 300 de 1996, asigna funciones puntuales en las cuales, corresponde al Ministerio de Desarrollo Económico, previa consulta al Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística, formular la política de promoción y mercadeo del país como destino turístico. Es esa política la que debe orientar las decisiones en materia de inversión de los recursos del Fondo, que tome el citado Comité. El Ministerio ha considerado apropiado efectuar algunos ajustes a la política de promoción, que respondan efectivamente a las nuevas realidades del sector.

Fue así como el Ministerio oficializó su nueva política de promoción y mercadeo del país, a la cual se adicionaron aspectos relacionados con la competitividad del sector.

Lo primero que habría que destacar es que la nueva política define una visión del turismo colombiano y plantea unos objetivos para lograrla. De esta visión vale la pena destacar el énfasis que se hace en el fortalecimiento de siete productos básicos; sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales. En este último, se conjugan subproductos como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos. A través de estos productos se recoge prácticamente la totalidad de la oferta turística colombiana, la cual se buscará potencializar en los acuerdos de competitividad que el Ministerio ha venido firmando con todas las regiones del país. Así, la visión plantea la necesidad de que las regiones se especialicen y de esa forma, generen aspectos diferenciadores de su oferta, que las hagan más competitivas.

5. MARCO HISTORICO

5.1 COMPONENTE POLÍTICO ADMINISTRATIVO¹

5.1.1 Reseña histórica de Girón. Pensar en el proceso de planeación y desarrollo del municipio de Girón implica sumergirse en las dimensiones históricas, económicas y socioculturales de esta importante región del nororiente colombiano. Su génesis se remonta a la colonización española, año de 1532, reinado de Carlos I de España, la comisión expedicionaria de Ambrosio Alfinger descubrió el valle de Girón, entre las quebradas de Zapamanga, La Estancia y La Iglesia, pertenecientes a la cédula real de Pamplona, margen derecha del río de Oro.

Teniendo en cuenta el descubrimiento del valle y la existencia del oro en el río, se inició en el año de 1540 el aumento de la población y el desarrollo comercial, lo cual indujo a don Sancho Girón, Marqués de Sofraga a poblar la margen izquierda del río de Oro. Con la llegada de mineros de Vélez y Pamplona en el año de 1551, se inició la colonización; curas de la orden de Santo Domingo, empezaron la evangelización, construyendo un templo pajizo muy sencillo al lado de la desembocadura de la quebrada, que más tarde por este hecho se llamó Quebrada de La Iglesia.

En 1580 por disposición de la corona Española se le distinguió a esta comarca como epicentro o capital del Real de Minas (minas del rey) con amplísima jurisdicción que se extendía desde la mesa de Jeridas o de los Santos, asentamiento central de los aborígenes Guanes. En el año de 1603 teniendo en cuenta el importante número de pobladores y la necesidad urgente de ampliar los programas de evangelización, llegan los padres Dominicos y Jesuitas, encabezados por el Padre Alonso Ortiz Galeano.

1. Plan de Ordenamiento Territorial de San Juan de Girón 2000- 2009. Diagnóstico. Centro de Estudios Regionales – UIS.

La presencia de los Yariguíes en los ríos Sogamoso, río de Oro y río Negro, ocasionó que en el año de 1628, las autoridades de Santa Fe firmaran capitulaciones con Francisco Mantilla de los Ríos, para que se desplazara a combatir las tribus alzadas, hecho que se repitió en el año de 1630. Francisco Mantilla de los Ríos fue nombrado Gobernador de la Provincia de Río de Oro, con atribuciones de fundar una ciudad, capital de su provincia de Vélez para que su compañía sirviera de base de operaciones contra los indios. Francisco Mantilla de los Ríos se dedicó a buscar el sitio adecuado para la fundación de la ciudad y finalmente se decidió por un paraje intermedio entre las desembocaduras del río de Oro y las quebradas Zapamanga y La Iglesia, lugar donde los mineros habían construido la Iglesia La Pajiza.

El 15 de Enero de 1631 se efectúa el traslado de la población, Mantilla de los Ríos fue marcando a cordel las primeras calles y repartiendo lugares para las primeras casas, a los elegidos por orden de méritos, de inmediato se inició la construcción de la ciudad, a la cual se le dio el nombre de San Juan de Girón, en honor al Marqués de Sofraga, Sancho Girón. Más tarde este caserío debe ser demolido por presiones políticas de la Arquidiócesis de Pamplona que aseguraba la propiedad de los terrenos donde fue construida. Después fue fundada nuevamente por el mismo Mantilla de los Ríos, en el sitio Pujamanes o Cijamanes a orillas del río Sogamoso, en el año de 1633, pero plagas, enfermedades y el mal clima los obligaron a trasladarse al sitio de La Macaregua el 30 de diciembre de 1638. Las diferentes fechas sobre la fundación de la ciudad de San Juan de Girón obedecen a los traslados de los asentamientos, ocasionados por las enfermedades, plagas, el mal clima, los atropellos, la codicia, las humillaciones, en general los constantes enfrentamientos entre los pobladores.

En 1639 ya estaba creada la ciudad de San Juan de Girón, capital de todo el territorio que pertenece a los municipios hoy en día de Bucaramanga, Piedecuesta, Floridablanca, Matanza, Los Santos, Rionegro, Lebrija y Umpalá. Francisco Mantilla de los Ríos fue el fundador de la ciudad, natural de Vélez, Regidor, Notario del Santo Oficio de la Inquisición y Alguacil mayor; recibió la orden de su majestad el Rey Felipe IV para fundar la ciudad. En el año de 1682 la ciudad de San Juan de Girón contaba con cinco manzanas; de igual manera hacia el año de 1728, el oro de Girón se acuñaba en la Casa de la Moneda. En el año de 1782 empezó a erigirse la iglesia de las Nieves y se trazó el parque que lleva su nombre.

La ciudad de Girón fue capital de provincia hasta el 6 de mayo de 1821 cuando se constituyó el Estado colombiano en el Congreso de Cúcuta y se fundó la República con siete departamentos, que se subdividieron en provincias y éstas a su vez en cantones, Girón fue cantón de la Provincia de Boyacá, por ley 156 de 1824. Más tarde se le dio el nombre de Villa, el cual no se refiere a mención honorífica, sino a condición política jurídica emanada de las leyes de la Real Cédula de España.

En 1853, se constituye el Estado Soberano de Santander, en ese entonces la ciudad de San Juan de Girón pertenece a la nueva Provincia de Soto, cabecera de uno de los circuitos judiciales, notaría y registro. Esta época coincide con el comienzo de una etapa de estancamiento, posiblemente debido a la preponderancia que a su vez empieza a adquirir Bucaramanga como centro de la región.

El sector histórico del municipio de Girón, esta comprendido por 64 hectáreas, caracterizadas por una arquitectura colonial del siglo XVII, conservando sus casas coloniales de paredes blancas, puertas y ventanas marrones, balcones amplios, calles empedradas y estrechas con pequeños andenes, viviendas con aleros en su totalidad y sus techos con tejas de barro, la llevaron a ser declarada mediante la ley 163 de 1959 como Monumento Nacional en el año de 1963, dictada por el Congreso de la Republica con el fin de proteger y conservar el patrimonio histórico, artístico y de monumentos públicos de la Nación.

5.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA¹

San Juan de Girón “Monumento Nacional” de Colombia está ubicado en el Departamento de Santander a 7 kilómetros de su capital Bucaramanga y hace parte del Área Metropolitana junto con los municipios de Floridablanca y Piedecuesta. Perteneciente al Núcleo de Desarrollo Provincial Metropolitano.

Se encuentra a una distancia de 373 Km. de Santa Fé de Bogota, a 532 Km. de Santa Marta, a 575 Km. de Barranquilla, a 692 Km. de Cartagena y a 195 de Km. de Cúcuta.

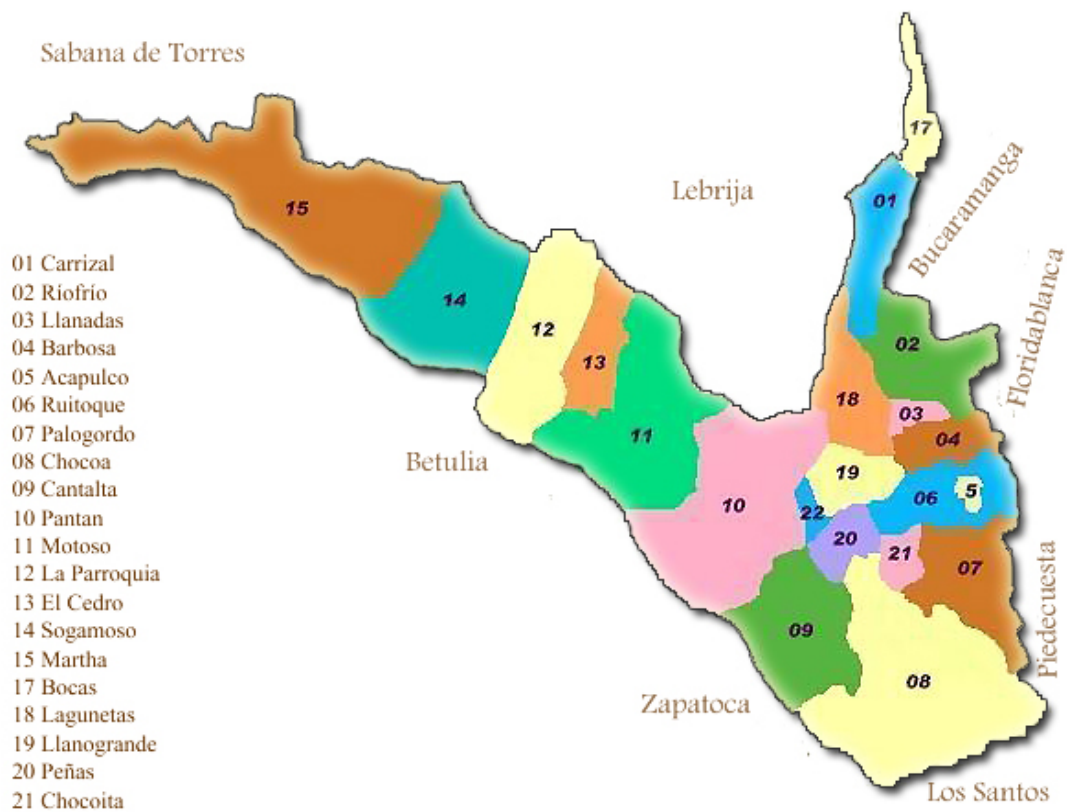
Tiene una temperatura promedio de 24°C, una altitud de 777 metros sobre el nivel del mar y una población aproximada de 102.000 habitantes censo.

Su cabecera está localizada a los 07° 04´ 15” de latitud norte y 73° 10´ 23” de longitud oeste. Limitando al oriente con Floridablanca, Piedecuesta, y Bucaramanga, al occidente Betulia, al norte Sabana de Torres y Lebrija, al sur Los Santos y Zapatota.

En su territorio se distinguen dos tipos de relieve definidos; uno al occidente, plano y bajo de altas temperaturas, el otro al oriente, montañoso con alturas que sobrepasan los 1.000 metros SNM. Sus tierras se distribuyen en los pisos térmicos cálido y templado. Existen cuatro corregimientos: Bocas, Chocoita, Martha y Acapulco, además está conformado por 21 veredas que comprenden el total del área rural de la población. También hacen parte del municipio las inspecciones de policía de Acapulco, Barbosa, Cantalta, Chococa, El Lindero, El Palenque, El Rincón de Girón, Las Bocas, Llano Grande, Malpaso, Marta, Motoso, Pantano, Río Prado y San Luís de Río Sucio.

1. Plan de Ordenamiento Territorial de San Juan de Girón 2000- 2009. Diagnóstico. Centro de Estudios Regionales – UIS.

Figura 1. Mapa distribución San Juan Girón Veredal.



5.3 HIDROGRAFÍA¹

El municipio de Girón se encuentra limitado Por la Cuenca Superior del Río Lebrija y La Cuenca Media del Río Sogamoso. la Cuenca Superior de Lebrija posee las Subcuencas de Lebrija alto y Río de Oro.

1. Plan de Ordenamiento Territorial de San Juan de Girón 2000- 2009. Diagnóstico. Centro de Estudios Regionales – UIS.

Fotografía 2. Subcuenca Río de Oro.



Se observa la topografía predominantemente plana sobre la cual transcurre el río, nótese la elevada carga de sedimentos que transporta, con escombros vegetales (CER, UIS, 1999).

La subcuenca de Lebrija Alto esta compuesta por la microcuenca de La Angula dentro de la cual se encuentran las submicrocuencas de la Angula Alta y Puente Nave; en la subcuenca del río de Oro se encuentra la micro cuenca Oro Bajo y río Frío. En la primera las submicrocuencas son Oro Bajo Bajo, Oro Bajo Medio, Oro Bajo Alto, Ruitoque, El Palmar, La Grande y en la segunda las submicrocuencas son Frío Bajo y Aranzoque.

La Cuenca del río Sogamoso posee la Subcuenca del Sogamoso Medio y de ella forman parte las microcuencas Sogamoso Medio Alto, Sogamoso Medio Medio y Sogamoso Medio Bajo, en Sogamoso Medio Alto las submicrocuencas son Los Fríos y Sogamoso Medio Alto, para Sogamoso Medio Medio las submicrocuencas son, Agua Blanca y La Seca, mientras que para Sogamoso Medio Bajo las Submicrocuencas son La Colonia y Río Sucio.

Sobre esta hoya, ISA ha diseñado el Proyecto hidroeléctrico del río Sogamoso, en el que adelanta estudios científicos para analizar la viabilidad técnica del proyecto. Éste se localiza en el sitio donde el río Sogamoso cruza la serranía de La Paz, localizado a

30 Km. de Bucaramanga y a 53 Km. de Barrancabermeja, el río en este lugar tiene una cota natural de 163 msnm y al embalsarse alcanzaría los 290 msnm.

Fotografía 3. Cuenca del río Sogamoso.



El río transcurre sobre un valle encajonado (CER, UIS, 1999).

La Presa se construiría en concreto compactado, con vertedero incorporado sobre su costado izquierdo, aguas abajo, con una casa de máquinas subterránea; el área inundada a la cota 290 msnm sería de 5.243 hectáreas; de construirse este proyecto la Hidroeléctrica del río Sogamoso se convertiría en la segunda hidroeléctrica de importancia en el país después de Betania.

6. MARCO LEGAL

El Turismo Colombiano venia requiriendo con urgencia de una modernización para ponerse a todo con las exigencias de una economía globalizada y de unos mercados altamente competitivos. La promulgación de la Ley 300 de 1996, por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones, marca un hito en la cimentación de su desarrollo ordenado y sustentable. Modifica sustancialmente las relaciones entre el Estado, los prestadores de los servicios y los usuarios con el objeto de modernizar el sector y mejorar significativamente la calidad de la oferta.

La ley de Turismo es el fruto de un trabajo en equipo y aspira a convertirse en el instrumento que permita al sector hablar un mismo lenguaje y acordar los temas fundamentales para su desarrollo.

Organigrama 1. Marco Legal



6.1 LA PLANEACION DEL SECTOR TURISTICO

- Ley 300 de 1996: Ley General de Turismo.
- Ley 397 del 7 de Agosto de 1997: Ley de Cultura.
- Ley 33 del 2003: Ley del Patrimonio de las Administraciones públicas.
- Ley 1101 de 2006: Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.
- Plan Sectorial de Turismo.
- Documento CONPES 3397¹.
- Plan Nacional de Desarrollo 2006 - 2010².

1. (Política sectorial de Turismo) Bogotá, DC., 28 de Noviembre de 2005.

2. Pág. 290 capítulo 4. Crecimiento Alto y Sostenido: La condición para un desarrollo equitativo.

6.2 POLÍTICA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE GIRÓN

6.2.1 Plan de Ordenamiento Territorial de San Juan de Girón 2000 - 2009.

Componente Sociocultural. El municipio de Girón fue declarado Monumento Nacional por haber sido considerado como una joya arquitectónica e histórica, legada de la época española. Este patrimonio cultural resulta muy atractivo para los turistas, razón por la cual recibe un flujo constante de visitantes, atraídos especialmente por la Catedral San Juan Bautista, la cual ostenta la categoría de Basílica Menor. Además de la Basílica existen la Capilla de las Nieves, la Casa Consistorial, el Museo de Arte Religioso, La Iglesia el Corregidor, La Casa Facundo Navas, La Casa de Geo Von Lengerke, los seis puentes de calicanto, el Malecón Turístico, la Casa Mansión del Fraile, los parques Central, de Las Nieves y Peralta y la Casa de la Cultura, sitios que requieren de mantenimiento constante a fin de garantizar su conservación y atractivo.

La falta de planificación en relación con la actividad turística ha impedido la realización de un estudio sobre lugares del Municipio que pueden ser aprovechados para fomentar el ecoturismo; tampoco existe guía ni programación de actividades turísticas y se carece del personal capacitado para promover el desarrollo turístico del Municipio. En el sector urbano se le ha dado un valor poco significativo a la cultura, pues a pesar de que éste ha sido declarado Monumento Nacional, se carece del apoyo necesario para aprovechar el potencial existente. Tampoco se han tomado medidas para el control de la dinámica social que se desprende de este renglón ya que la zona céntrica de Girón progresivamente ha sido invadida por un creciente número de vendedores ambulantes, comercio informal e indigencia.

Para contribuir a la promoción del turismo en el Municipio se orientarán recursos al Fondo de promoción turística de acuerdo con lo previsto en la ley 300 de 1996. De igual forma, se canalizarán fondos a actividades tales como la capacitación de la Policía de turismo y el desarrollo de una cultura de promoción del turismo. Por su parte, el Departamento propone los siguientes programas: Mejoramiento y ampliación planta turística, Promoción turística, Programa de capacitación, sensibilización y concientización turística.

6.2.2 El Plan de Desarrollo “Girón Vuelve a Creer” del Municipio de San Juan de Girón. Para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2006 y el 31 de diciembre de 2007, establece unos lineamientos para el desarrollo del Municipio en materia turística.

6.2.2.1 Artículo Sexto. Línea estratégica un sector productivo comprometido con Girón. Consolidar una alianza municipal con proyección regional, frente a fortalecer la estructura productiva del municipio de SAN JUAN GIRÓN en torno a la industria, el turismo, la cultura y lo rural – ambiental. Sus sectores son:

- **Sector: Empleo.** Generar una alianza local frente al fortalecimiento de la economía del municipio, pensando en integrar la educación en sus tres niveles, los actores claves de la industria, los servicios, lo público y la representación de la ciudadanía. Lo conforman: Empresa y empleo para el GIRONES. Constituir de manera permanente con las empresas locales y potenciales de asentamiento en el municipio, conjuntamente con Cámara de Comercio, los diferentes gremios, las organizaciones sociales, el Departamento, una mesa de concertación en el que se establezcan los proyectos de desarrollo, las políticas de empleo, las políticas de generación de empresa, sobre la base de un la prospección de los mercados locales, regionales y nacionales, que permitan mejorar el ingreso y la capacidad de ahorro del GIRONES.

Proyectar al municipio hacia adentro y a fuera, en términos de visualizar las posibilidades que tiene para la inversión, propiciando condiciones de ahorro y reinversión, a partir de tomar como eje de desarrollo local el Turismo en sus diferentes formas.

- **Sector: Promoción del Desarrollo.** Concertar y fortalecer el cluster del turismo en SAN JUAN GIRÓN, como eje dinamizador de la economía y su estructura socio – cultural, garantizando la sostenibilidad ambiental de los procesos. Su programa es: Fortalecer el cluster del turismo en Girón. Conformar de la mano de los comerciantes, los industriales, los transportadores, el sector educativo, la universidad, el municipio, la organización social, etc., el cluster del turismo, que visualice las potencialidades las identifique, las caracterice y se generen los instrumentos necesarios para su desarrollo, en términos de infraestructura, recurso humano, equipamientos, inversiones, circuitos, promoción y divulgación.

6.2.3 Formulación del Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad San Juan Girón.

6.2.3.1 Introducción: El Municipio Ciudad San Juan de Girón en el segundo semestre del 2006 inició el proceso de realizar el Plan estratégico de turismo, gracias a la iniciativa presentada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga que luego de analizar que el Municipio de Girón por no poseer atractivos de Aventura no fue incluido en el Plan Sectorial Parcial de Turismo de Santander Eje Aventura, que es un espacio continuo de trabajo que dinamiza a todos los actores y motiva a la vinculación permanente y alianzas sectoriales, con proyectos, acciones y aportes de recursos para su desarrollo. Debido a esto, la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se propuso como gestor del diseño y construcción del plan que propiciara el desarrollo del sector del turismo del Municipio de Ciudad San Juan Girón.

Una vez concertada la propuesta, de la Cámara de Comercio con la Administración Municipal, se emprendió la tarea del desarrollo del Plan, en los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre, con la participación de la oficina de Cultura y Turismo, Secretaría de Planeación, Instituto Mi Río, Secretaría de Gobierno y por parte del sector privado asistieron los prestadores de servicios turísticos como restaurantes, hoteles, bares y otros actores involucrados en el desarrollo Turístico Municipal como son los artesanos, vendedores del comercio informal y la Asociación de Guías Profesionales de Turismo de Santander ASDEGUIAS..

Este Plan, se hizo con los parámetros de la Metodología AJA (Acción Jalonada Por La Autonomía de Tecnología De Espacios Abiertos), del equipo asesor Comba Internacional y aplicada por funcionarios de la Cámara de Comercio de la oficina de Turismo, que durante 3 meses acompañó el proceso el cual concluyó en el mes de Diciembre y se obtuvieron las conclusiones y acciones que se van a tener en cuenta en la segunda fase del proyecto.

6.2.3.2 Momento de construcción Plan de Gestión y Acción. La construcción del Plan estratégico, se realizó sobre la metodología objetiva del Modelo Cinético - Kinético, la cual propone desde el inicio, rescatar los pensamientos e ideas principales y estratégicas identificadas en los Marcos de Realidad, Funcional y Lógico.

REQUERIMIENTOS	ACCIÓN SELECCIONADA	GESTORES Ó EJECUTORES	RECURSOS POR ACCIÓN
Mejoramiento de la cadena productiva tanto públicos y privados del sector turismo	- Crear una cartilla didáctica que tenga las herramientas necesarias para el desarrollo turístico del municipio	Gestores: Concejo Municipal, Consejo de Cultura y Turismo y Cámara de Comercio Ejecutores: Secretaría de Educación Dirección de Núcleo	1. Instituciones 2. Docentes 3. Alumnos 4. Material de Capacitación
	- Definir un temario y cronograma de capacitaciones en Servicio al cliente (guía profesional, restaurante y bar, Buenas Prácticas de Manufactura y bilingüismo)	Gestores: Alcandía municipal, Consejo de Cultura y Turismo y Cámara de Comercio Ejecutores: William Murillo Estudiante Especialización UIS, SENA, Mincultura, Patrimonio Histórico Nacional, Viceministerio de Turismo	1. Talleristas 2. Docentes 3. Salón de conferencias 4. Equipos Audiovisuales

7. METODOLOGIA

La metodología utilizada para la formulación del programa de capacitación que impacto en el mejoramiento y la calidad del servicio turístico, que a la vez nos lleva a una buena posición competitiva, se basa en la integración de los diferentes actores que conforman el CLUSTER de turismo a saber:

- Prestadores de servicios turísticos: Restaurantes, Hoteles, Agencias de viajes, Bares, Discotecas, Policía de turismo, Informadores turísticos (Ver anexo 2).
- Vendedores ambulantes, Cafeterías, Heladerías, Bares, Discotecas, Artesanos, Fritangas, Estudiantes de Colegio Roberto García Peña articulación turismo (Ver anexo 3).

Es así como se llevaron a cabo diferentes secciones, procurando la presencia de líderes que le puedan aportar al proceso del diagnóstico y formulación del programa en estudio.

En el diagnóstico se encontró lo siguiente:

1. No hay una conciencia de servicio al cliente o visitante.
2. La cultura típica en la región no favorece procesos de servicios y atención con calidad.
3. No hay conocimiento en el manejo de la calidad del entorno laboral (Mantener el lugar limpio e impecable).
4. La mentalidad individualista por parte de los prestadores de servicios turísticos.
5. El no sentido comercial del negocio, de su imagen corporativa, no se piensa en la trascendencia hacia el futuro como industria turística.
6. Actitud negativa por parte de algunos sectores de la comunidad hacia los visitantes en las horas nocturnas en los parques y sitios aledaños.
7. La falta de compromiso y colaboración por parte del gremio de taxistas en el trato amable y cordial a los visitantes.

8. Desconocimiento en la comunidad y los taxistas sobre las fortalezas y atractivos turísticos del Municipio.
9. Falta de compromiso por parte de la Administración Municipal sobre el tema turístico y su importancia en el desarrollo futuro de la región.
10. Incremento del pie de fuerza de la policía nacional, especialización turismo para prestar seguridad, atención y orientación al visitante.
11. Falta más compromiso, información del servicio al cliente por parte del sector hotelero y gastronómico.
12. En la gran mayoría de los establecimientos dedicados al negocio del turismo, no contemplan la norma de servicio referente a la calidad en los momentos de la verdad, como servicio calido, amable, instalaciones cómodas y con higiene óptima, y con el fin que los sistemas y procesos sean amistosos con el cliente.
13. Se presenta desconocimiento en la normatividad turística como la Ley general de turismo “Ley 300 de 1996 y Ley 1101 del 2006” y la Ley del patrimonio “Ley 33 de 2003”.
14. Se detecto que los prestadores de servicios turísticos no conocen sobre la formulación y desarrollo de planes de mercadeo hacia el turismo.

Con base en el anterior diagnostico en el que se plantean las falencias y necesidades, en equipo, se elaboró: “EL CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN” mediante el cual se pretende fortalecer la cultura de servicio tan anhelada, como también algunas técnicas y habilidades en ventas, gestión de calidad y logística.

El ciclo de capacitaciones de denomino “SEMINARIO TALLER, ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ATENCION A TURISTAS”, se le envió un oficio a la Licenciada Claudia Janeth Fernández, (ver anexo 4) rectora del Colegio Roberto García Peña, solicitando la vinculación al proyecto, de los estudiantes, del grado once, quienes tienen la articulación con el Sena en turismo. El día 5 de septiembre de 2007 se citaron los estudiantes a las instalaciones de la Cámara de Comercio seccional Girón (Ver anexo 5), con el fin de que el ponente y la Doctora Luisa Fernanda Montero, Coordinadora de la entidad, dieran a conocer el objetivo principal de las capacitaciones y de la importancia de realizar las convocatorias con responsabilidad y en forma personal visitando a los Prestadores de servicios turísticos (Ver anexo 6): Restaurantes, Hoteles, Agencias de viajes, Bares, Discotecas, Policía de turismo,

Informadores turísticos; Vendedores ambulantes, Cafeterías, Heladerías, Artesanos, Fritangas, ubicados en el casco en el marco de la plaza principal del casco antiguo y el sector del malecón.

Posteriormente la Doctora Luisa Fernanda Montero se reunió con la asesora de cultura y turismo en Girón, la Doctora Carolina Rivera Bayona, quienes emitieron una carta de presentación invitando a los establecimientos.

En el ciclo de capacitaciones se trataron los siguientes temas:

CRONOGRAMA		
MODULOS	FECHA	HORARIO
Grupo 1. Servicio al Cliente	Septiembre 11	8:00 a.m. a 12:00 p.m.
Grupo 2. Servicio al Cliente.	Septiembre 11	2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Mercadeo Turístico	Septiembre 13	2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Legislación turística y del patrimonio	Septiembre 18	2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Operación de la Guianza	Septiembre 20	2:00 p.m. a 6:00 p.m.

La estrategia que se utilizó para el desarrollo de las capacitaciones fueron las siguientes:

- Las capacitaciones se realizaron en forma presencial en la Casa de la Cultura Francisco Mantilla de los Ríos.
- Se utilizaron ayudas audiovisuales como video Been, expografo y sonido.
- Por cada tema se desarrollaron talleres teóricos - prácticos y simulaciones.
- En el tema específico de la operación de la Guianza, se realizó un recorrido por el casco antiguo del Municipio, apoyado por los estudiantes del Colegio García Peña quienes fueron los informadores turísticos.

- Se contó con el apoyo logístico de la Cámara de Comercio seccional Girón quien suministró el alquiler de las Ayudas Audiovisuales, memorias impresas; la Administración Municipal aportó el préstamo del salón en la Casa de la Cultura Francisco Martilla de los Ríos y los estudiantes del grado 11º, articulación turismo, del Colegio Roberto García Peña, hizo la entrega de las convocatorias a los prestadores de servicios turísticos del Casco Antigo del Municipio de Girón.

8. CAPITULOS

8.1 SERVICIO AL CLIENTE

Este módulo permite conocer y analizar los diferentes aspectos de la gerencia del servicio, partiendo de su conceptualización y relación con la realidad.

- **Contenido:** El cambio, ¿Qué son los paradigmas?, Proceso de Endoculturización, La competitividad de Girón, Construyendo el éxito de Girón, Liderazgo, El concepto de Cliente, Clientes Internos, Clientes Externos, ¿Qué es estrategia de Servicio?, Ejemplos de Estrategias, Estrategia de Servicio, Identificación de una estrategia de servicio, La calidad en los momentos, Pasos a seguir para redactar los momentos de verdad, Auditoria del servicio, Los diez atributos de los servicios más importantes para los clientes.

8.2 MERCADEO TURISTICO

Conjunto de actividades necesarias para el aprovechamiento, creación y distribución de los bienes, productos y servicios turísticos por cualquier ente con el fin de ponerlo a disposición del consumidor o usuario con la óptica filosófica de satisfacer su demanda o necesidades, cómo, cuándo y dónde el turista lo precisa.

- **Contenido:** Mercadotecnia y productos turísticos, Importancia del marketing turístico, Mercadotecnia, Servicio turístico, La diferencia en el marketing turístico, Características del producto en particular, Características del atractivo turístico, ¿Cómo diseñar un producto turístico?, Estudio de mercado, Oferta, Demanda, Entorno, Segmentación de mercados, Tipos de segmentación, ¿Cómo se logra?, Ventajas competitivas, Éxito de los productos.

8.3 LEGISLACIÓN TURISTICA Y DEL PATRIMONIO

Contribuye a una herramienta para fortalecer y dinamizar el turismo a nivel Nacional, Departamental y Municipal.

- **Contenido:** Normalización en el Sector Turístico Colombiano, ¿Qué es la Normalización?, ¿Qué y quienes regulan el turismo?, Normatividad, Disposiciones

y Principios, La planeación del Sector Turístico, Ley 1101 de Turismo. Modificaciones de la Ley 300 de Turismo, Normas para el desarrollo del Turismo en hoteles, guías, ecoturismo, agencias, deportes de aventura y restaurantes, Hoteles, Norma técnica sectorial Hotelera, ¿Quién evalúa los requisitos de categorización? Incentivo Tributario, Ecoturismo, Incentivo Tributario, Deportes de Aventura, Restaurantes, Norma Técnica Sectorial Restaurantes, Sanciones, Artículo 72 Ley 300 de Turismo, Agencias de viajes y turismo, Agencia de viajes operadoras, Agencia de viajes mayoristas, Establecimiento de alojamiento, Operador profesional de congresos, ferias y convenciones, Arrendador de vehículos, Oficinas de Representación Turística, Empresas promotoras o desarrolladoras de tiempo compartido, Empresas comercializadoras de tiempo compartido, Compañía de intercambio vacacional, Empresas captadoras de ahorro, Guías de turismo, Establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares, Restaurantes y establecimientos gastronomicos de servicio completo, Restaurantes y establecimientos de servicio rápido, Bares y establecimientos similares, Formulario de Inscripción de RNT, Ley de Cultura Ley 397 del 7 de agosto de 1997, Patrimonio Cultural Intangible, Floridablanca, Girón.

8.4 OPERACIÓN DE LA GUIANZA

Con este módulo los prestadores de servicios turísticos desarrollarán habilidades, destrezas que permiten orientar al turista o visitante del Municipio, conociendo su valor histórico, arquitectura y atractivos.

- **Contenido:** Guías de Turismo, Decreto 503 de 1997, Requisitos para ejercer la profesión, Funciones, Clasificación, Cualidades de un buen guía de turismo, Conocimientos, Habilidad y Destrezas, Actividades para las cuales debe formarse el guía, Importancia del guía de turismo, Guianza, Técnica, El guía, Los usuarios, Recursos, Control de programas turísticos y recreativos, Clasificación, Control de recursos, Materiales y equipos, Actividades, Clasificación, Lúdico, Manual Artesanal, Cultural, Deportivo, Social, Ecológico, Información Turística del Municipio Ciudad San Juan de Girón.

9. RECURSOS DEL PROYECTO

La Cámara de Comercio seccional Girón facilitará los recursos económicos para la realización del programa de capacitaciones.

9.1 RECURSOS MATERIALES

Los recursos materiales comprenden: expografo, memorias impresas y refrigerios.

9.2 RECURSOS INSTITUCIONALES

Los recursos institucionales comprenden: Auditorio de la Casa de la Cultura Francisco Mantilla de los Ríos, convocatorias.

9.3 RECURSOS TECNOLOGICOS

Los recursos tecnológicos comprenden: Video Bean y Sonido.

10. CONCLUSIONES

1. Es importante que la Cámara de Comercio y la Administración Municipal lideren en forma permanente la estrategia para fortalecer la calidad del servicio turístico, con el fin de activar y potencializar este importante "CLUSTER" el que de seguro desarrollará la economía local.
2. Se requiere de una capacitación y formación continua en los temas de turismo, cultura, servicio, logística, gestión de procesos a todos los comerciantes, industriales y prestadores de servicios turísticos, apoyándose en instituciones como el SENA y universidades.
3. Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes de turismo y demás entidades que permitan promover y vender los paquetes turísticos.
4. Participación ciudadana en los procesos de desarrollo turístico, en el plan de desarrollo de la próxima administración con el fin de fortalecer el CLUSTER turístico Girón.
5. Sostener un programa de posicionamiento y promoción del Municipio de Girón, como atractivo turístico por excelencia, promoviendo la calidad de sus gentes, la belleza de su arquitectura de estilo colonial y sitios turísticos.

BIBLIOGRAFIA

CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Plan Sectorial Parcial de Turismo de Santander – Eje Aventura. Metodología. Equipo Consultor Comba Internacional. 2006. 82 p.

DIRECCION GENERAL DE TURISMO. Asistencia Técnica en Planificación del Turismo. Ministerio de Desarrollo Económico. Bogotá. Fondo de Promoción Turística Colombia: ISBN 8137-27-6. 1995. 51 p.

-----, Turismo y Desarrollo: Compromiso Nacional Política de Competitividad, Mercadeo y Promoción Turística de Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico. Bogotá. Fondo de Promoción Turística Colombia: ISBN 8137-37-3. 1995. 13 p.

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Estudio de Competitividad del Sector Turismo Tomo I. Imprenta Nacional de Colombia. 1997. 89 p.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Disponible en Internet: <URL: [http:// www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)> link Turismo. Citado 18 Julio 2007.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). Disponible en Internet: <URL:<http://www.cinu.org.mx/onu/estructura/organismos/omt.htm>> Citado 1 Agosto 2003.

ANEXO 1. Carta de presentación invitando a los establecimientos.

Bucaramanga, Septiembre 7 de 2007

**Doctora
LUISA FERNANDA MONTERO LIZCANO
Cámara de Comercio Seccional Girón**

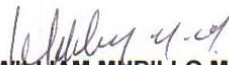
Cordial Saludo


De acuerdo a la propuesta de Monografía presentada a la Universidad Industrial de Santander UIS " **Capacitación al Sector de los Prestadores de Servicios Turísticos del Municipio Ciudad San Juan de Girón** " para obtener el título de Especialista en Gerencia Publica, y con el fin de dar cumplimiento a las conclusiones que el Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad San Juan Girón obtuvo con respecto a realizar las campañas de capacitación en los temas de cultura, turismo y patrimonio, a toda la población, formalmente presento la propuesta de capacitación en la cual intervienen profesionales expertos en los temas relacionados en servicio al cliente, mercadeo turístico, legislación y patrimonio y operación de la guianza.

Por lo tanto, esperamos contar con su apoyo para la realización de estas capacitaciones y así dar cumplimiento a las acciones del Plan estratégico.

Anexo presupuesto y cronograma.

Cordialmente,


WILLIAM MURILLO MANTILLA
Estudiante de Postgrado Uis

Recibi:

7-09-07

PRESUPUESTO ESTIMADO
CAPACITACION ACCIONES PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO
DEL MUNICIPIO DE GIRON

MODULOS	GRUPOS	POBLACION OBJETO	Nº HORAS
Servicio al Cliente	1	Prestadores de servicios turísticos (Restaurantes, Hoteles, Agencias de viajes, Bares, Discotecas, Policía de turismo, Informadores turísticos), Estudiantes.	4
	2	Vendedores ambulantes, Cafeterías, Heladerías, Artesanos, Fritangas.	4
Mercadeo Turístico		Prestadores de servicios turísticos (Restaurantes, Hoteles, Agencias de viajes, Bares, Discotecas, Policía de turismo, Informadores turísticos, Vendedores ambulantes, Cafeterías, Heladerías, Artesanos, Fritangas, Estudiantes de Colegio Roberto García Peña articulación turismo).	4
Legislación turística y del patrimonio		Prestadores de servicios turísticos (Restaurantes, Hoteles, Agencias de viajes, Bares, Discotecas, Policía de turismo, Informadores turísticos, Vendedores ambulantes, Cafeterías, Heladerías, Artesanos, Fritangas, Estudiantes de Colegio Roberto García Peña articulación turismo).	4
Operación de la Guianza		Prestadores de servicios turísticos (Restaurantes, Hoteles, Agencias de viajes, Bares, Discotecas, Policía de turismo, Informadores turísticos, Vendedores ambulantes, Cafeterías, Heladerías, Artesanos, Fritangas, Estudiantes de Colegio Roberto García Peña articulación turismo).	4

CRONOGRAMA

MODULOS	FECHA	HORARIO
Grupo 1. Servicio al Cliente	Sept. 11	8:00 a.m. a 12:00 p.m.
Grupo 2. Servicio al Cliente.	Sept. 11	2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Mercadeo Turístico	Sept. 13	2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Legislación turística y del patrimonio	Sept. 18	2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Operación de la Guianza	Sept. 20	2:00 p.m. a 6:00 p.m.

Logística: Salón con capacidad para 40 personas, Video Bean, Sonido, Refrigerios, Fotocopias, Pápelografo, Marcadores, Hojas de papel pápelografo.

**WILLIAM MURILLO
MANTILLA**

Estudiante de Postgrado UIS

ANEXO 2. Diseño Carta Convocatoria Plan A.

ANEXO 2. Diseño Carta Convocatoria Plan A.



Estimados Prestadores de Servicios Turísticos:

Dentro del trabajo realizado en el Plan Estratégico de Turismo del Municipio San Juan Girón, una de las grandes necesidades o acciones a desarrollar es la capacitación de los Comerciantes de este sector económico en los siguientes temas: Servicio al cliente, Operación de la guianza, Mercadeo turístico, Legislación turística y de patrimonio.

La Cámara de Comercio de Bucaramanga a través de su oficina Seccional Girón y la Administración Municipal a través de la oficina de Cultura y Turismo, teniendo que durante el mes de septiembre se celebra el Día Mundial del Turismo y del Patrimonio, queremos invitarle cordialmente a que participe de este taller que será de beneficio para el desarrollo turístico y económico de sus empresas y por ende de la región.


Por lo anterior y dando cumplimiento a la ley 300/96 de turismo, la cual **exige** que todas aquellas entidades que exploten la visita de turistas y visitantes **deberán** capacitarse a fin de garantizar el buen servicio y calidad de la atención de los mismos, les agradecemos hacerse presentes a la primera capacitación, que se llevará a cabo el **martes 11 de septiembre** en las instalaciones de la casa de la Cultura Francisco Manilla de los Ríos en el horario de **8:00 a.m. a 12 M.**

Anexo plan de capacitaciones para su información y asistencia.

Agradecemos confirmar su presencia en los tel: 6464928- 6462068. Cupo limitado.

Cordialmente,


LUISA FERNANDA MONTERO L.
Coordinadora Secc. Girón
Cámara de Comercio de Bucaramanga


CAROLINA RIVERA
Secretaría de Cultura / Turismo
Alcaldía San Juan Girón.

ANEXO 3. Diseño Carta Convocatoria Plan B.



Girón, Agosto de 2007.

Señores,
Empresarios del Sector Turístico,
Girón.

**ASUNTO: CONVOCATORIA SEMINARIO-TALLER SIN COSTO.
ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN A TURISTAS.**

Estimados Prestadores de Servicios Turísticos:

Dentro del trabajo realizado en el Plan Estratégico de Turismo del Municipio San Juan Girón, una de las grandes necesidades o acciones a desarrollar es la capacitación de los Comerciantes de este sector económico en los siguientes temas: Servicio al cliente, Operación de la guianza, Mercadeo turístico, Legislación turística y de patrimonio.

La Cámara de Comercio de Bucaramanga a través de su oficina Seccional Girón y la Administración Municipal a través de la oficina de Cultura y Turismo, teniendo que durante el mes de septiembre se celebra el Día Mundial del Turismo y del Patrimonio, queremos invitarlo cordialmente a que participe de este taller que será de beneficio para el desarrollo turístico y económico de sus empresas y por ende de la región.

Por lo anterior y dando cumplimiento a la ley 300/96 de turismo, la cual **exige** que todas aquellas entidades que explotan la visita de turistas y visitantes **deberán** capacitarse a fin de garantizar el buen servicio y calidad de la atención de los mismos, les agradecemos hacerse presentes a la primera capacitación, que se llevará a cabo el **martes 11 de septiembre** en las instalaciones de la casa de la Cultura Francisco Montilla de los Ríos en el horario de **2:00 p.m. a 6 p.m.**

Anexo plan de capacitaciones para su información y asistencia.

Agradecemos confirmar su presencia en los tel: 6464928- 6462068. Cupo limitado.

Cordialmente,


LUISA FERNANDA MONTERO L.
Coordinadora Secc. Girón
Cámara de Comercio de Bucaramanga


CAROLINA RIVERA
Secretaría de Cultura y Turismo
Alcaldía San Juan Girón.

ANEXO 4. Oficio a la Licenciada Cecilia Janeth Fernández.

ANEXO 4. Oficio a la Licenciada Claudia Janeth Fernández.

1.35-163441
Gén, Agosto 23 de 2007.



Señores
COLEGIO
ROBERTO GARCÍA PEÑA
Atn: Lic. Claudia Janeth Fernández.
E.S.D

Respetada Licenciada :

Dentro del trabajo realizado en el Plan Estratégico de Turismo del Municipio San Juan Gén, una de las grandes necesidades o acciones a desarrollar es la capacitación de los Comerciantes de este sector económico en los siguientes temas: Servicio al cliente, Operación de la guianza, Mercadeo turístico, Legislación turística y de patrimonio.

Por lo anterior y teniendo en cuenta que la institución educativa que usted dirige ofrece formación en turismo, atentamente me permite solicitar su apoyo en la convocatoria al SEMINARIO TALLER, ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN A TURISTAS, que se ofrecerá sin costo, al sector de empresarios y prestadores de servicios turísticos de la ciudad San Juan Gén. Así mismo, de manera especial esperamos contar con la asistencia del grupo de estudiantes que usted considere en este evento, que será de gran importancia para contribuir a mejorar el desarrollo turístico de la región.

El conferencista que conduce esta capacitación que tendrá una duración de 08 horas es el Señor William Murillo Mantilla, quien coordinó una reunión para ultimar detalles de logística, el día miércoles 5 de septiembre a las 5:00 p.m. en la Cámara de Comercio Seccional Gén.

Agradezco su atención y quedo atento a sus comentarios.

Saludos Cordiales,


LÚSA FERNANDA MONTERO LICCANO
Coordinadora Seccional Gén.



ANEXO 5. Fotos Sensibilización a los estudiantes del proyecto.



ANEXO 6. Visita a los prestadores de servicios turísticos.



ANEXO 7. Certificado de Participación.



Certifica que: **JAIVER MARTINEZ**

Participó en: **Seminario - Taller
ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA
ATENCIÓN A TURISTAS**

Con una intensidad de: **16 Horas**



Luisa Fernanda Montero
LUISA FERNANDA MONTERO
Escribanía Notarial



Bucaramanga - Colombia Septiembre 19 de 2007

ANEXO 8. Fotos Capacitación Servicio al Cliente.



ANEXO 9. Fotos Capacitación Mercadeo Turístico.



ANEXO 10. Fotos Capacitación Legislación Turística y del Patrimonio.



ANEXO 11. Fotos Capacitación Operación de la Guianza.



ANEXO 12. Fotos recorrido por el casco antiguo del Municipio.







ANEXO 13. Fotos entrega de certificados de asistencia.



ANEXO 14. Formato Planilla de Asistencia.

PLANILLA DE ASISTENCIA						
FECHA DE ASISTENCIA						
NO.	IDENTIFICACION	NOMBRE	CIUDAD	TEL.	CELULAR	ASISTENCIA
001	00000000000000000000	Fernando Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
002	00000000000000000000	Samuel Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
003	00000000000000000000	Francisco Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
004	00000000000000000000	José Ángel Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
005	00000000000000000000	Manuel Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
006	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
007	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
008	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
009	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
010	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
011	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
012	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
013	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
014	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
015	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
016	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
017	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
018	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
019	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
020	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
021	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
022	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
023	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
024	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
025	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
026	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
027	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
028	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
029	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]
030	00000000000000000000	Roberto Barrios	Quetzaltenango	504 224 7077	504 224 7077	[Handwritten Signature]