

TLATEMOANI
Revista Académica de Investigación
Editada por Eumed.net
No. 35 – Diciembre 2020.
España
ISSN: 19899300
revista.tlatemoani@uaslp.mx

Fecha de recepción: 01 de Agosto de 2020
Fecha de aceptación: 05 de Noviembre de 2020

ANÁLISIS Y PERSPECTIVA DE LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS GUÍAS DE TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER, COLOMBIA

Gisela Beatriz Hernández González

Gisela.hernandez@uaslp.mx

Berzetti Fauret David Becerra

fauret@gmail.com

Carlos Pedraza Gómez

carlos.pedraza@uaslp.mx

Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación de orden descriptivo analiza a través de la planeación estratégica, el ambiente profesional en el que se desenvuelven los guías de turismo del Departamento de Santander y los retos que enfrentan de acuerdo con las tendencias del mercado, así como, a los nuevos conocimientos que requieren aprender para mejorar la calidad y competitividad del destino. Los resultados del presente estudio constituyen información básica para la toma de decisiones en el mejoramiento profesional y la colaboración participativa del sector turismo de acuerdo a la normativa aplicable, asimismo, puede tomarse en cuenta para el desarrollo

de políticas públicas que mejoren los esquemas de acreditación, regulación y evaluación del gremio de la guianza.

Palabras clave: guías de turismo, profesionalización turística, guianza turística.

ABSTRACT

ANALYSIS AND PERSPECTIVE OF THE PROFESSIONALIZATION OF THE TOURISM GUIDES OF THE DEPARTMENT OF SANTANDER, COLOMBIA

This descriptive research work analyzes, through strategic planning, the professional environment in which the tourism guides of the Department of Santander operate and the challenges they face according to market trends, as well as the new knowledge they need to learn in order to improve the quality and competitiveness of the touristic site.

The results of this study constitute basic information for decision making in the professional improvement and participative partnership of the tourism sector, according to the applicable norms. Likewise, it can be taken into account for the development of public policies that improve the accreditation, regulation and evaluation schemes of the guidance guild.

KEYWORDS: Tour guide, tourism professionalization, tourist guidance.

INTRODUCCIÓN

La formación profesional de los guías turísticos dentro de su ámbito de actuación constituye un eslabón importante dentro de la cadena de valor de los servicios en la actividad turística. La calidad en el servicio, el conocimiento que poseen, las técnicas de conducción, sus habilidades de comunicación y liderazgo coadyuvan de manera significativa a generar experiencias satisfactorias de viaje. El guía en su desempeño no sólo contribuye a proporcionar información y datos precisos de los lugares que se visitan, es también un catalizador en el que el turista vuelca todas sus dudas e incrementa la confianza para sentirse seguro de las actividades a realizar. El guía es un aliado al que se le confiere la enorme tarea de cerrar los ciclos de satisfacción en la actividad recreativa y hoy en día no sólo es eso, el guía debe capacitarse para que su conocimiento y experiencia trasciendan a los temas de la conservación del entorno que se visita, basándose en los principios de la interpretación del patrimonio natural y o cultural.

En la prestación de servicios turísticos, es de vital importancia la capacitación y la formación permanente, ya que la calidad depende en gran medida de la cualificación del recurso humano para satisfacer a los clientes. Ante un mundo cambiante y globalizado, los esquemas de formación turística deben de ser pertinentes y oportunos de tal manera que se logre sortear la incertidumbre o los escenarios externos que pueden desequilibrar la actividad turística en los destinos.

EL GUÍA DE TURISTAS Y SU CAMPO DE ACTUACIÓN

El guía dentro en la cadena de servicios se encuentra inmerso dentro del segmento de intermediación turística. Forma parte del eslabón de logística de viaje dentro del entramado de actores que intervienen para el funcionamiento del sistema turístico. Es la persona de contacto directo con el turista, su anfitrión debe ir acompañada de vastos conocimientos de la región en la que se desempeña, de liderazgo, así como de las actitudes de servicio que generen expectativas de calidad y experiencia de viaje.

El ser un anfitrión de viajeros/turistas a menudo estimula un sentimiento de orgullo e identidad comunitario (USAID,2013; Santamarina,2005). Sin embargo, no todas las comunidades pueden desarrollar el turismo, así como no todas las personas pueden dedicarse a la actividad de guía turístico, es por ello que requiere de conocimientos, habilidades y aptitudes especiales que sólo a través de la formación educativa y capacitación constante se adquieren.

El Comité Europeo de Normalización (CEN) define al guía turístico como:

La persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección, interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona y que, normalmente, posee una titulación específica, por lo general emitida o reconocida por las autoridades competentes (Ramallo, 2015).

Esta acepción, refiere a las competencias que el guía debe poseer, así como denota los alcances de su profesión, al conferirle la interpretación del patrimonio, mismo que es insumo básico para que se propicie la actividad turística. La guianza hoy por hoy ya no puede concebirse como simple transferencia de datos históricos, culturales y/o geográficos, su papel es preponderante para la sensibilización y concientización del patrimonio.

Informar y convencer sobre la calidad del producto turístico lleva consigo provocar emociones, educar, generar experiencias. El guía se convierte en un gestor de destino. La interpretación se muestra tanto como una herramienta para favorecer el cambio de actitudes y para proporcionar experiencias recreativas-motivadoras, como una estrategia para la gestión de un recurso. Sus objetivos se resumen en facilitar la comprensión y entendimiento del patrimonio para fomentar su aprecio, respeto y conservación, al mismo tiempo que se presenta como una herramienta de gestión. La interpretación debe, por tanto, ilustrar, proteger y capitalizar (Sivan, 1998).

Por otro lado, conceptualmente dentro de la normativa colombiana, un guía turístico es:

La persona natural, legalmente reconocida que presta sus servicios profesionales en el área del guionaje o guianza turística, de acuerdo con la normatividad turística colombiana, cuyas

funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientarlo, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado (NTSGT012, 2016)¹.

Sus principales atribuciones consisten en la coordinación, recepción, asistencia, conducción, interpretación, información, animación de los visitantes tanto nacionales como extranjeros (Ramallo, 2015). Por ello, juega un papel muy importante a la hora de promocionar un destino, es una profesión clave para potenciar el turismo en las regiones.

Además de los conocimientos propios sobre el área profesional y la necesaria fluidez en lengua extranjera, el guía precisa poseer habilidades que le permitan desenvolverse con éxito en la interacción con su grupo de turistas, para ello debe poseer conocimientos de las técnicas de comunicación social, de la competencia técnica de conducción grupal y de la competencia cultural (García, s.r). Adquirir habilidades de comunicación verbal y no verbal representa una competencia transversal que da sello de autenticidad en su desempeño.

FORMACIÓN EDUCATIVA DEL GUÍA DE TURISMO EN COLOMBIA

A nivel nacional, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, ejerce un papel importante en la formación profesional del guía turístico, instruye al 81,39% de los estudiantes que deciden optar por carreras técnicas o tecnológicas, el 18,61% restante, recibe formación por parte de instituciones técnicas profesionales, institutos tecnológicos, instituciones universitarias y universidades. (SENA, 2017). La formación del guía actualmente no es ofertada a nivel superior como se hace en otros países como Argentina o Costa Rica, sin embargo, el programa tecnólogo ofrece cinco especialidades las cuales son: 1) Avistamiento de aves, 2) Avistamiento de ballenas, 3) Ecoturismo, 4) Diseño y proyectos turísticos y 5) Diseño de productos turísticos.

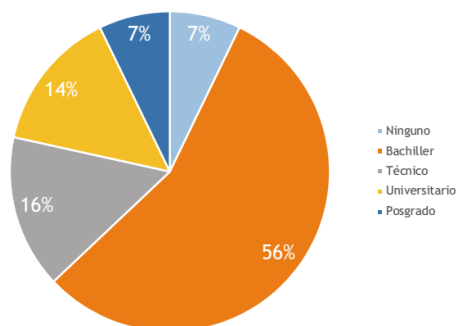
Por otro lado, al observar la composición de la matrícula en educación superior se estima que, el nivel de formación universitario es el que más matriculados reporta, con el 63%, seguido del nivel tecnológico, con el 27%. Se destaca que la formación tecnológica ha venido creciendo con una variación promedio anual del 13,76%, mientras que la matrícula en el nivel universitario creció con una variación promedio anual del 5,66% (Ministerio de Educación Nacional, 2017:3).

Dentro del sector turismo, un sector que favorece la inclusión laboral principalmente de mujeres y jóvenes, la mayor parte de los que se insertan a trabajar cuentan en su mayoría con estudios de bachiller 56%, mientras que un 14% cuentan con estudios universitarios y un 7% no menos importante tiene estudios de Posgrado en Turismo. (Cotelco- Unifacam - Bogotá, 2018:47). Cabe destacar, que de acuerdo a cifras del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), del Ministerio de Educación de Colombia, en 2017 el número de mujeres inscritas a programas de educación superior ligados explícitamente al turismo fue 2,3% mayor que el número

¹ Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. Prestación del Servicio de Guianza Turística.

de hombres, y respecto a la edad; 3 personas de cada diez que se emplean en el sector tienen menos de 18 años en tanto que, el 68,9% corresponde a personas que se insertan en un rango de edad de 18 a 60 años.

Gráfica 3. Escolaridad en el sector turismo (Promedio de participación 2007 – 2017)



Fuente: Cotelco- Unifacam - Bogotá, (2018)

La estabilidad interna que Colombia ha conseguido en un entorno de posconflicto, ha permitido que los flujos de visitación externa e interna al país registren un crecimiento sostenido. De acuerdo a cifras oficiales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT- CITUR, 2019), el turismo es un importante generador de divisas en el país, ya que durante 2018 ingresaron US\$6.630 millones en la cuenta de viajes y transporte, 12,7% superior al año 2017. Durante al año 2018 el turismo generó 1.974.000 empleos, lo que significa 71.000 nuevos empleos respecto a lo registrado durante el año 2017, representando un incremento del 3,74%.

Bogotá, Colombia, se encuentra como la cuarta ciudad de Latinoamérica más visitada del país, hecho que favorece la participación del turismo en el PIB y la promoción al exterior. El turismo representa el 3,80% del PIB del país. En promedio, el sector turístico genera el 5,01% del PIB de los departamentos del país (COTELCO- UNICAFAM, 2018).

Con el incremento de los flujos de visitación extranjera y el dinamismo del turismo interno que ha presentado el país, se hace evidente la necesidad de contar con guías de turismo profesionales en todo el país, que su aprendizaje sea pertinente, constante de acuerdo a las necesidades actuales y que conlleve al cumplimiento de la normativa aplicable para tal fin.

En este sentido, de acuerdo a las tendencias del turismo a nivel internacional para el 2030, ante el agotamiento del modelo sol y playa, y el oscilante desempeño del sector turístico, la política pública intentará enfocarse en aprovechar el potencial poco explorado. Así, se continuará el dinamismo diversificando la oferta en productos exclusivos regionales, nichos o líneas poco desarrolladas y relacionadas con los recursos naturales y culturales y los servicios de bajo coste (Osorio, Ramírez, y Viesca, 2016). Esto representa grandes áreas de oportunidad para los guías de turistas en los

que la diferenciación y especialización de productos enfocados al turismo de naturaleza podrían ser explorados. Mejorar la formación y capacitación del recurso humano en el área turística permitirá elevar los índices de competitividad y calidad de destinos.

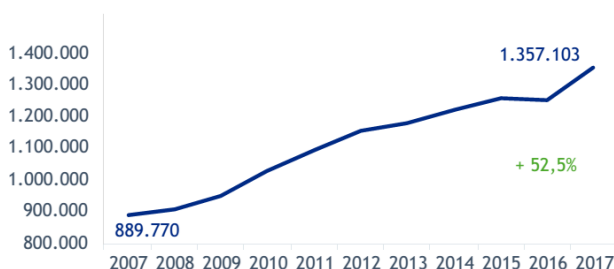
Mercado laboral del guía turístico

Desafortunadamente, no se tienen estudios específicos del campo laboral de la guianza turística, no obstante, las agencias de viajes y operadoras turísticas son los principales reclutadores de guías de turismo. Entre los años 2007 y 2017 se puede establecer que, en los sectores turísticos del país, el nivel de empleo generado por cada uno de los subsectores se mantuvo constante con el paso de los años. El subsector de alojamiento, es el que mayor número de personas ocupadas generó, con un promedio de 75% del total de trabajadores de los sectores turísticos al año; seguido por el subsector de las agencias de viajes, con un 25% del total de personas ocupadas. (Cotelco- Unifacam - Bogotá, 2018:22). Las agencias de viajes y las operadoras de viaje representan el campo de inserción de los guías de turismo, en sus diferentes modalidades, ya sea guía general, local, guía- chofer, coordinador, entre otras.

El turismo como actividad emergente, representa hoy en día un sector económico para el país, en el que garantizar las mejores condiciones de empleabilidad coadyuvará a abatir los índices de marginación y pobreza en algunas localidades con vocación turística, puesto que actualmente sólo el 6% de trabajadores de zonas rurales se han insertado al sector, a diferencia del 7,8% de empleados en las cabeceras del país. Poco a poco los índices de crecimiento y participación turística van cobrando relevancia no sólo económica sino aceptación social.

En este sentido, de acuerdo con las cifras de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del DANE, la empleabilidad en turismo, presentó una tendencia creciente, al pasar de un promedio de 889.770 personas ocupadas en el sector en 2007 a un promedio de 1.357.103 personas en el 2017, lo cual equivale a un aumento de 52,5%. (Cotelco- Unifacam - Bogotá, 2018:24).

Gráfica 4. Generación de empleo sector turismo 2007 – 2017



Fuente: Cotelco- Unifacam - Bogotá, (2018)

En relación con el campo de trabajo del turismo en el Departamento de Santander, se registró en el 2017 una participación del 8,2% en la generación de empleo turístico cifras por arriba de la media nacional 7,8% (Cotelco- Unifacam - Bogotá, 2018:24).

Así, en los índices de competitividad (CITUR, 2019), Santander tiene un resultado global de 4,90. La composición por indicadores de competitividad evaluados se presenta de la siguiente manera:

Tabla 2. Resultado por criterio del Índice de Competitividad

Criterio	Calificación
Cultural	4.49
Ambiental	6.69
Gestión de destino	5.40
Económico	6.84
Estrategia de mercado	5.40
Social	5.85
Empresarial	2.13
Infraestructura	6.42

Fuente: Centro de Información Turística de Colombia CITUR (2019)

Éstos índices de competitividad forman parte de un estudio de gran visión en donde los resultados de la competitividad turística permiten orientar las decisiones de política pública en turismo, cuyo objetivo es identificar y señalar las barreras que impiden el desarrollo competitivo del sector a nivel regional. Santander tiene una estructura turística en crecimiento, misma que se espera se fortalezca y se consolide a mediano plazo en función de los parámetros evaluados, ya que estos resultados constituyen en términos de operación y gestión de destino turístico las buenas prácticas adoptadas por los gobiernos regionales y locales.

Como destino turístico, en el Departamento de Santander principalmente se reconocen cinco tipos de turismo desarrollados, los cuales son: Turismo de Naturaleza, Turismo de Aventura, Turismo Cultural, Turismo de Reuniones y Turismo de Bienestar, sin menos cabo de otras actividades emergentes con potencial turístico. (CITUR, 2019).

Entre 2000 y 2016, la participación promedio de las actividades turísticas en el PIB departamental fue de 1,8 %. Durante los últimos años la contribución de esta rama al PIB de Santander ha aumentado al 2,0 %.

Los registros de flujos de visitantes extranjeros dentro del Departamento de Santander, han ido en tendencia positiva en relación con las cifras registradas años anteriores, la variación de crecimiento anual promedio es 9,5 puntos porcentuales. Los turistas proceden en su mayoría de los Estados Unidos, Venezuela, España, Alemania y Canadá (SITUR, 2019).

En cuanto al turismo doméstico, la tendencia de crecimiento en el primer trimestre del 2019, registró 89,1%, ligera tendencia negativa en relación con el mismo periodo del 2018. Los visitantes/turistas proceden mayoritariamente de Bogotá (33,88%), Antioquia (10,57%), Norte de Santander (8,67), Atlántico (7,59%) entre otros.

El movimiento turístico en el Departamento permite vislumbrar un campo amplio y propicio para la mayor inserción del guía turístico, existe por parte de los prestadores de servicios apertura y disponibilidad a mejorar sus servicios y comprometerse con temas ambientales que coadyuven a mitigar los efectos que la propia actividad ocasiona. En este sentido, el 80% de los prestadores de servicios turísticos de Santander utilizan los servicios de proveedores locales, 58,94% cuentan con planes de mitigación de cambio climático, 81,05% participan en la separación de residuos y 21,40% apoyan la protección y conservación de la biodiversidad (SITUR, 2018) Estas acciones contribuyen a los estándares de competitividad y sustentabilidad en los que el guía puede considerarse como ente gestor de destinos y no propiamente como informador o embajador turístico, sino, de manera integral debe concebirse su contribución orientada a la interpretación del patrimonio.

La aceptación por parte de las comunidades receptoras de turismo en el Departamento es fundamental a fin de generar ambientes de participación e inclusión propicios para el desarrollo del turismo entre sector público, privado y social. De acuerdo a los índices de competitividad relacionados con indicadores de impacto sociocultural, se tiene que: el 94,7% de los residentes de Santander se encuentran satisfechos con la llegada de turistas, 35,9% de residentes consideran que la llegada de visitantes mejora la calidad de vida de los habitantes. La gastronomía, las tradiciones, la cultura, la identidad de sus pueblos son bien valorados por los residentes. Sin embargo, 72,3% consideran que el turismo tiene un impacto negativo sobre la economía del departamento y 65,5% consideran que el turismo impacta negativamente sobre el medio ambiente (SITUR, 2019), estas cifras denotan el grado de percepción de los residentes hacia el turismo, sin embargo, aún se espera que la percepción mejore en tanto la actividad vaya creciendo y posicionándose como actividad de alto impacto, de esta manera se visualizan favorablemente condiciones laborales para que el guía de turismo se desempeñe.

Marco Normativo de los Guías de Turismo

El marco normativo de la guianza turística determina sus funciones y estándares de actuación a fin de garantizar el desarrollo armónico de la actividad sujetándose así al cumplimiento de los principios de calidad turística, competitividad y sostenibilidad.

Para acreditar o reconocer al profesional de la guianza en cualquiera de sus modalidades, se debe realizar la inscripción al Registro Nacional de Turismo (RNT), previa obtención de la Tarjeta Profesional, cuyo documento reconoce legalmente la profesión. Como requisito para la

acreditación, es necesario presentar el título de formación de educación superior del nivel tecnológico como Guía de Turismo, certificado por el SENA o por otra entidad educativa de nivel superior reconocida por el Gobierno Nacional. (art, 26, Ley 1558-2012).

A continuación, se presenta la lista de la normativa vigente, misma que es enunciativa más no limitativa.

- Ley 1558- 2012. *Tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la competitividad, y la regulación de la actividad turística.*

En desarrollo de lo dispuesto en la Ley 300 de 1996, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo promovió la creación de Unidades Sectoriales de Normalización para cada subsector del sector turismo y con el apoyo del ICONTEC como Organismo Nación al de Normalización, en el caso de la guianza turística se han llevado a cabo las siguientes normas:

- NTSGT005. Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. *Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos.*
- NTSGT008. Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. *Recorridos guiados en museos.*
- NTSGT009. Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. *Conducción de grupos en recorridos turísticos de alta montaña.*
- NTSGT010. Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. *Prestación del servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el pasajero de cruceros, sujeto a un itinerario de llegada y salida del barco.*
- NTSGT011. Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. *Conducción de grupos en recorridos de cabalgata.*
- NTSGT012. Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. *Prestación del servicio de guianza turística.*
- NTSGT013. Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. *Conducción de la actividad de Canyoning.*

De manera adicional, se encuentran otras normas de Agencias de Viajes, que indirectamente tienen incidencia en su campo de acción.

- NTSAV010. Norma Técnica Sectorial Agencias de Viajes. *Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura.*
- NTSAV011. Norma Técnica Sectorial Agencias de Viajes. *Requisitos para la operación de actividades de rappel en turismo de aventura.*
- NTSAV012. Norma Técnica Sectorial Agencias de Viajes. *Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura.*

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el estudio de análisis del campo profesional del guía de turistas en Bucaramanga, Santander, se utilizó la investigación descriptiva y exploratoria. Se llevaron a cabo técnicas de investigación documental, las cuáles consistieron en recopilar, seleccionar y analizar fuentes de información directa, principalmente de los autores que se han dedicado a investigar este campo profesional, aunque los estudios son escasos, se logró seleccionar información relevante, asimismo, fue indispensable llevar a cabo la técnica de investigación estadística misma que suministró todo el análisis evolutivo del turismo y sus implicaciones en la guianza turística, se trató en medida de lo posible consultar fuentes oficiales actualizadas. Por otro lado, la investigación de campo se efectuó por medio de entrevistas semiestructuradas a funcionarios clave, así como a prestadores de servicios turísticos, asimismo, se aplicaron encuestas para guías de turistas, en formación o ya trabajando en el medio.

Población y muestra: La población de estudio fueron alumnos del SENA de la especialidad en guianza turística.

Tamaño muestral: 36 encuestas validadas.

Tipo de muestra: Aleatoria simple. Se consideró un nivel de confianza de 95% y un error muestral del 5% para el total de la muestra.

Fecha de aplicación: 16 y 25 de julio de 2019 en las instalaciones de Escuela Hotel SENA Bucaramanga.

Por otro lado, se aplicaron 15 encuestas validadas, a diversos prestadores de servicios turísticos que emplean a guías de turismo; en el ámbito del hospedaje, agencias de viajes, servicios de transportación, representantes de asociaciones de guías de turismo y funcionarios públicos relacionados con la actividad turística.

Procedencia de los encuestados: Bucaramanga (60%), Piedecuesta (13,33%), San Vicente Chicurí (13,33%), Florida Blanca y Tona (6,67%) respectivamente.

Técnicas y métodos a emplear: Para el análisis de situación del guía en su contexto laboral y profesional, se utilizó la metodología de la planeación estratégica a través de la evaluación del Factor Interno (EFI) y evaluación del Factor Externo (EFE) respectivamente.

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

El presente apartado, muestra los resultados obtenidos de la investigación de campo en la que se aplicaron encuestas tanto a prestadores de servicios turísticos como a guías de turismo del Departamento de Santander.

La edad promedio de los guías encuestados es de 35 años. El rango mayoritario de edad se sitúa entre los 28 a 37 años. 63,89% de ellos cuentan con estudios nivel tecnológico, 8,33% Bachiller y otro 8,33% Universitario. 44,44% aún se encuentran en formación, 22,22 % ya ejerciendo como guías, el 27,78% son egresados sin aún obtener su acreditación.

Gráfica 6. Estatus actual del aprendiz/guía

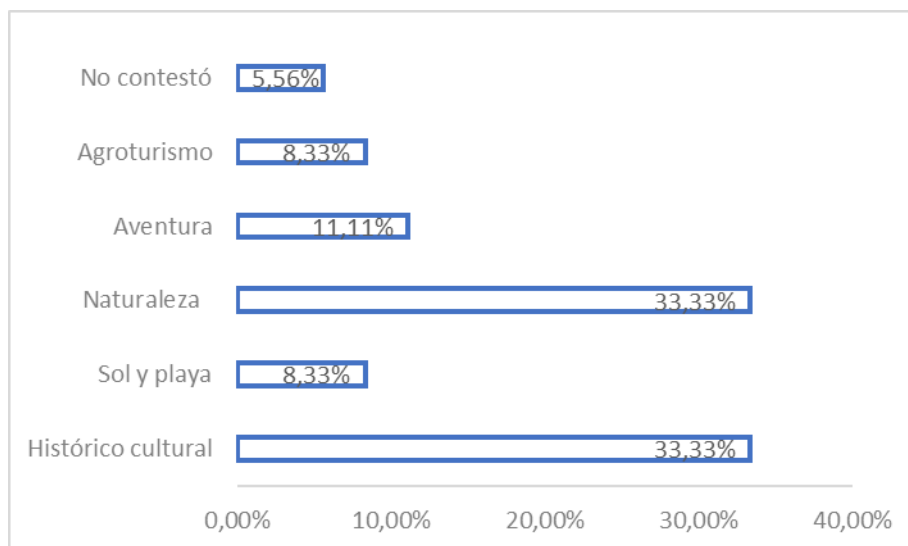


Fuente: Propia (2019)

El 41,67% de los guías se emplean como guías – freelance, modalidad que les permite trabajar sin estar sujetos a horarios y rutas establecidas por una agencia de viajes o una operadora de viajes. El 27,78% ejercen la guianza de tiempo completo y el 16,77% restante trabajan solo fines de semana, algunos porque se dedican a otra actividad alterna y otros para tener tiempo disponible para la capacitación.

El turismo cultural y el turismo de naturaleza son el tipo de turismo más demandado por el turista, el 66,66% de los guías lo practican, asimismo, con un porcentaje menor se practica la guianza de turismo de aventura con el 11,11% y otras modalidades de guianza como agroturismo, sol y playa se practican en 8,33% respectivamente.

Gráfica 7. Tipo de turismo en el que ejerce



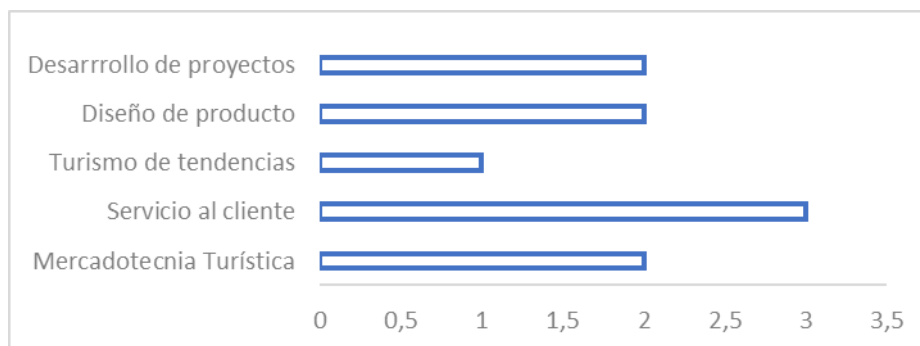
Fuente: Propia (2019)

Sólo el 30,77% de los guías encuestados hablan inglés, de los cuáles el 56,25% lo dominan en nivel básico (A1 y A2) y el 37,50% restante lo dominan en intermedio (B1 y B2) de acuerdo al Marco Europeo.

36,11% de ellos cuentan con experiencia entre 1 y 10 años en la guianza, otro 16,67% cuenta con experiencia promedio entre 11 a 20 años.

88,89% considera entre sus planes a futuro, realizar una especialización y/o estudiar en un nivel universitario. Los temas de interés para especializarse principalmente son turismo histórico- cultural (37,04%), Turismo de naturaleza (33,33%), Administración Turística (18,52%) y otros temas como el turismo gastronómico, religioso y comunitario, registrando el 11,11% restante. Los temas principales en el área de la Administración Turística que el guía considera para su formación universitaria o especialización son calidad y servicio al cliente, mercadotecnia turística, diseño de productos y desarrollo de proyectos.

Gráfica 8. Principales temas de interés en el área de Administración Turística

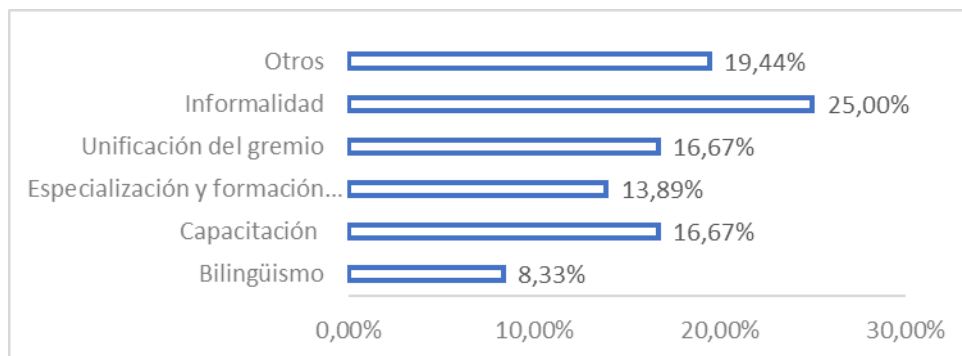


Fuente: Propia (2019)

De igual manera, en lo que respecta al Turismo Histórico – Cultural, los temas de mayor interés tienen que ver con la interpretación del Patrimonio y con aspectos de Historia Universal, Historia del Arte e Historia Regional. De igual manera, en relación con los temas dentro del área de turismo de naturaleza, se encuentra el avistamiento de aves como el tema principal de interés, dado el auge y las tendencias del mercado turístico, así como la vocación que tiene el Departamento para llevar a cabo esta actividad. Otros segmentos de turismo como, el turismo religioso, turismo comunitario y turismo gastronómico son contemplados en menor medida, no obstante, no dejan de ser atractivos para su formación universitaria.

Dentro de sus principales necesidades como gremio, se encuentran incrementar su dominio de idioma inglés, realizar capacitaciones permanentes e incrementar las especializaciones y lograr unificar al gremio.

Gráfica 10. Principales problemáticas



Fuente: Propia (2019)

Por otro lado, 55,56% consideran que no es bien remunerada la guianza, mientras que 38,89% considera que sí lo es y otro 5,56% se mantienen neutros.

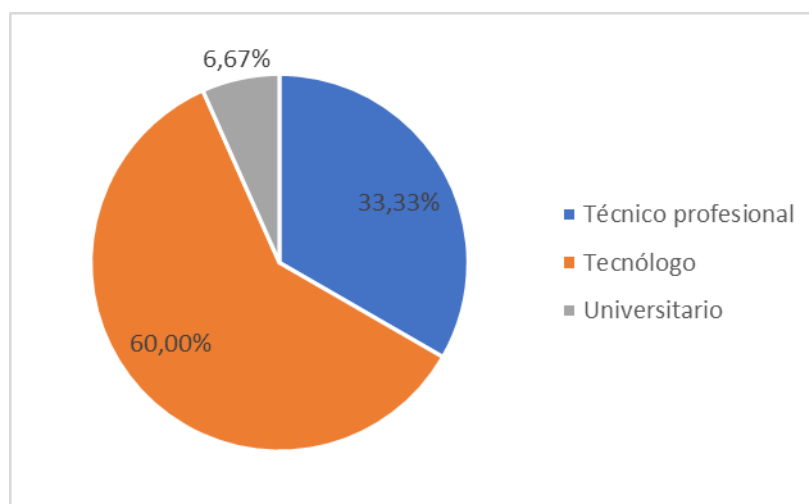
En relación con las oportunidades de mercado laboral, el 72,22 % percibe que hay amplias posibilidades para ejercer su profesión, por el contrario, el 27,78% opina que no es sencillo incorporarse a la vida laboral ya que no existen buenas condiciones de remuneración, además de que no valoran los empresarios el trabajo de la guianza, relegando la actividad a un segundo plano y contratando a gente sin experiencia y sin conocimiento en el área.

Los guías de manera general, en este ejercicio de reflexión consideran de alta importancia trabajar por dar valor a su rol como guías y a la responsabilidad que conlleva su profesión, asimismo, procuran conducir su guianza con alto compromiso con el medio ambiente y procurar en todo momento la excelencia en el servicio y la seguridad del visitante. Por otro lado, opinan que necesitan esforzarse más para conocer el perfil del visitante y adecuar sus servicios según sus requerimientos, reconocen que se requiere capacitación y mejorar actitudes en temas de manejo de conflictos, trabajo colaborativo y apearse más a la normativa que los rige.

Resultados de la encuesta de prestadores de servicios turísticos y funcionarios públicos.

La edad promedio de los prestadores de servicios turísticos es de 39 años. Mayoritariamente, 60% de los encuestados refieren contar con estudios nivel Tecnológico, 33,33% Profesional Técnico y sólo 6,67% estudios universitarios.

Gráfica 11. Escolaridad de los prestadores de servicios



Fuente: Propia (2019)

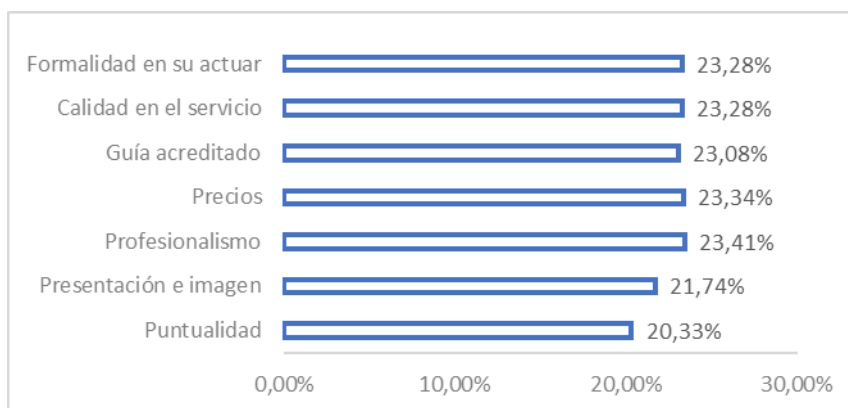
La experiencia de los prestadores de servicios en el sector turismo, es de rango 1 a 5 años ya que el 60% de ellos así lo manifiestan, mientras que el 26,67% restante cuenta con experiencia entre 6 a 15 años. 52,94% pertenecen al sector de las agencias de viajes y operadoras turísticas, 23,53% son funcionarios municipales relacionados con el turismo y el 17,65% restante se dedican a la operación y administración de empresas de hospedaje.

El 90% de los prestadores promueve el turismo Histórico – cultural, ecoturismo y aventura. 73,3% de ellos si contrata guías en su organización. En relación con la remuneración del guía, 73,33% consideran que no es bien remunerada la guianza, mientras que 20% considera que sí lo es y otro 6,67% no contestó.

En relación con las oportunidades de mercado laboral, el 66,67 % percibe que hay amplias posibilidades para ejercer su profesión ya que el turismo va en crecimiento, por el contrario, el 33,33% opina que no es sencillo incorporarse a la vida laboral.

Los aspectos que más se valoran de un guía son su profesionalismo, que estén acreditados para ejercer su profesión, calidad en el servicio, la formalidad en su actuar y que cobren lo justo. En lo que consideran los prestadores que deben mejorar los guías es en su presentación e imagen y puntualidad.

Gráfica 12. Aspectos que más se valoran del desempeño del guía

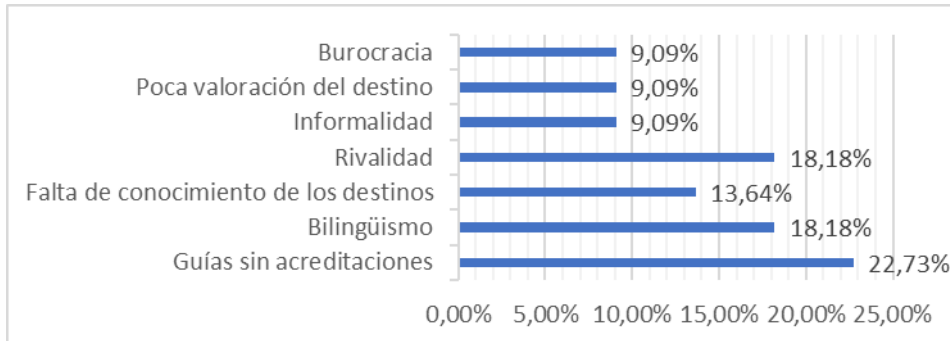


Fuente: Propia (2019)

El perfil idóneo de un guía de turistas es la preparación y conocimiento en los temas de su región, que posea actitud de servicio, que responda a las necesidades de especialización de la región como es el turismo de naturaleza, histórico cultural e idiomas y finalmente muy importante que tenga capacidad de respuesta ante situaciones complicadas que se le puedan presentar.

Las problemáticas que los prestadores de servicios turísticos desde su ámbito de actuación perciben, son: existencia de guías ejerciendo sin acreditaciones (22,73%), Bilingüismo (18,185%), Falta de conocimiento de los destinos (13,64%), Rivalidad entre ellos mismos (18,18%) lo que lleva a la informalidad (9,02%), Burocracia y poca valoración del destino (9,09%) respectivamente.

Gráfica 14. Principales problemáticas que perciben



Fuente: Propia (2019)

Los prestadores de servicios de manera general, en este ejercicio de reflexión consideran de alta importancia trabajar por dar valor a la calidad en el servicio, de esmerarse por atender los requerimientos del cliente y por gestionar oportunamente cuando sea necesaria acciones o actividades en pro de la mejora de la competitividad del sector. Por otro lado, opinan que necesitan esforzarse más para mejorar actitudes en temas de manejo de conflictos, trabajo colaborativo y apearse más a la normativa que los rige.

ANÁLISIS DE LA GUIANZA TURÍSTICA A TRAVÉS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Realizar análisis basado en planeación estratégica, permite crear escenarios donde se puedan generar condiciones de dirección y orientación de actividades a largo plazo. En momentos cambiantes dentro de un mundo globalizado, la mayor parte de las organizaciones ya sean públicas o privadas reconocen la importancia de la planeación estratégica para su crecimiento y bienestar a futuro. La guianza turística no se encuentra ajena a esos cambios, ya que, por ser una actividad complementaria dentro de la cadena de valor de la actividad turística, lo óptimo es llevar a cabo monitoreo constante de las tendencias y de acontecimientos internos y externos del sector turístico que brinden información oportuna para que generen certidumbre en su entorno, en sus funciones y por ende en su ámbito de actuación.

Análisis FODA

El análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, es una herramienta metodológica de la planeación estratégica que permite identificar aspectos - en este caso de estudio - de la guianza turística, positivos que pueden ser oportunidades y/o fortalezas que se encuentran en niveles óptimos de aprovechamiento o de desempeño, asimismo, es posible detectar las áreas complicadas en las que se encuentra la guianza o debilidades con bajos niveles

de desempeño insatisfactorios o inexistentes, pero que finalmente en el esquema pueden vislumbrarse estrategias a corto, mediano o largo plazo que coadyuven al mejoramiento de sus condiciones actuales de desarrollo.

Fortalezas

1. Existencia de un marco normativo y regulatorio para la guianza turística.
2. Existencia de siete normas técnicas sectoriales relacionadas a la función del guía.
3. El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), es la institución que brinda la formación de guía turístico a nivel tecnólogo en el país de manera gratuita.
4. La formación del guía de turistas se da en modalidad distancia, por lo que tienen tiempo para ejercer mientras se capacitan y obtienen las acreditaciones correspondientes.
5. 52% de los guías cuentan en promedio con diez años de experiencia en la guianza.
6. Nueve de cada diez guías considera entre sus planes a futuro, realizar una especialización y/o estudiar en un nivel universitario.
7. Se muestra gran interés por seguir estudiando la guianza aplicada a temas de turismo histórico- cultural (37,04%), Turismo de naturaleza (33,33%) y Administración Turística (18,52%).
8. Existe una percepción positiva en que existe buen campo laboral en el Departamento.
9. El guía se sabe consiente de la importancia de su profesión, del rol que tienen y de la responsabilidad que conllevan.
10. Los guías procuran conducir su guianza con alto compromiso con el medio ambiente.
11. Están atentos y dispuestos a satisfacer las necesidades de sus clientes.
12. Velan por la seguridad del visitante.

Debilidades

1. Dificultades para aprender el idioma inglés y conseguir la acreditación con el mínimo requerido B2.
2. Desmotivación del guía por percibir que no es bien remunerada la actividad.
3. Reconocen los guías que les falta conocer el perfil del visitante y adecuar sus servicios según sus requerimientos.
4. Sienten que les falta capacitación o formación educativa en un nivel superior.
5. Se les dificulta el manejo de conflictos, el trabajo colaborativo.
6. Bajo apego a la normativa que los rige, muchos guías pierden credibilidad de la autoridad al percibir que se genera informalidad y se desvaloriza la labor del guía.
7. Sienten rivalidad profesional con la figura del baquiano e informadores turísticos.
8. Hay una competencia desleal promovida por los mismos guías turísticos en detrimento de todo el gremio.

9. Los guías no están en contra de la homologación de profesiones, sino de la falta de capacitación de los mismos en temas de guianza. El mercado laboral del guía no está en igualdad de condiciones.
10. Reconocen una necesidad de acreditarse que no se ha cumplido.
11. No hay condiciones de sacar a la venta recorridos vía redes sociales o internet, ya que inmediatamente se devalúa la ruta, al haber personas que sin ser guías comienzan a promover los sitios.

Oportunidades

1. Articulación de empresarios dispuestos a apoyar la formación turística del guía.
2. Apertura de opciones de guianza turística a nivel superior.
3. Colombia y sus regiones se caracterizan por poseer gran riqueza cultural, biológica y paisajística.
4. La estabilidad interna ha permitido que los flujos de visitación externa e interna al país registren un crecimiento sostenido.
5. El turismo es un importante generador de divisas en el país.
6. Se ha incrementado en un 3,74% (2017) la generación de nuevos empleos por la actividad turística.
7. El sector turístico genera el 5,01% del PIB de los departamentos del país.
8. Los turistas visitan el país por motivos de recreación, vacaciones (49,9%), hecho que favorece el campo de acción de los guías.
9. El promedio de pernoctación según motivo de viaje registra una estancia promedio de 6 noches.
10. Gran diversidad de climas, de recursos naturales y culturales que propician el desarrollo de turismo de naturaleza y turismo cultural.
11. La variedad de gastronomía permite visualizar otro nicho de mercado que puede ser aprovechado en el Departamento de Santander.
12. Santander es destacado en su economía por la producción agropecuaria misma que se encuentra representada por cultivos de palma de aceite, caña panelera, plátano, yuca, naranja, café, cacao, maíz, sorgo, tabaco entre otros. Esto permite visualizar el potencial agroturístico que tiene la región.
13. Santander cuenta grandes vías de acceso, conectividad aérea y tecnología que permite la llegada de turistas nacionales e internacionales.
14. 6,69 es el indicador de competitividad en materia ambiental, lo que fortalece los esquemas de turismo de naturaleza y la conservación y preservación del patrimonio natural.

15. Durante los últimos años la contribución de esta rama al PIB de Santander ha aumentado al 2,0 %.
16. En Santander el campo de acción del guía se concentra en cinco formas de hacer turismo: Turismo de Naturaleza, Turismo de Aventura, Turismo Cultural, Turismo de Reuniones y Turismo de Bienestar.
17. Los registros de visitación turística extranjera dentro del Departamento de Santander, han ido en tendencia positiva en relación con las cifras registradas años anteriores, la variación de crecimiento anual promedio es 9,5 puntos porcentuales.
18. Las principales actividades que se realizan durante la estancia en el Departamento son: recorridos a la ciudad (32,2%), visita a centros comerciales 20,2%, visita a museos y monumentos (14,9%), parques temáticos (10,3%9), entre otros.
19. Hay empresas agencias de viajes principalmente que si contrata guías acreditados en su organización.
20. El SENA oferta cinco especialidades al término de los estudios en Tecnología.

Amenazas

1. Conflictos derivados de los acuerdos de Paz.
2. Inseguridad.
3. Corrupción en el sector turístico.
4. Competencia desleal.
5. Desunión en el gremio de guías.
6. En cuanto al turismo doméstico, la tendencia de crecimiento en el primer trimestre del 2019, registró 89,1%, ligera tendencia negativa en relación con el mismo periodo del 2018.
7. Las empresas no contratan guías por desconocer el valor que le representan y la seguridad que proporcionan a los clientes.
8. Existencia de guías ejerciendo sin acreditación oficial.
9. Rivalidad entre guías turísticos.
10. Burocracia para gestión de trámites y proyectos en beneficio de su sector.
11. Hay prestadores de servicios turísticos que no cumplen con la normativa vigente.
12. Desarticulación de acciones entre todos los actores turísticos del Departamento de Santander.
13. No existe un sistema de información estadística en guianza turística, ni por el SENA ni por el Ministerio de Turismo.
14. Se está haciendo común que las empresas no contraten los servicios de un guía, sino contraten solo a un acompañante para el grupo.

15. Se percibe que existe tanta flexibilidad en las normas que lo que está haciendo el Ministerio es que no se profesionalice el guía. (cualquiera puede tener acceso a su acreditación).

5.2 Matriz de Evaluación del Factor Interno (EFI)

La matriz EFI es una herramienta de la planeación estratégica que permite visualizar en términos objetivos, la situación actual de los guías turísticos a través del aprovechamiento de sus fortalezas y de cómo responden para disminuir las debilidades a las que se enfrentan. El ejercicio se compone de veinte factores clave que fueron escogidos de acuerdo al análisis FODA previamente efectuado y sobre el cual tiene como tema principal, la mejora de la competitividad del sector a través de una mejor habilitación dentro de la guianza turística.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR INTERNO (EFI)			
FORTALEZAS	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1. Existencia de un marco normativo y regulatorio para la guianza turística.	0.02	4	0.08
2. Existencia de siete normas técnicas sectoriales relacionadas a la función del guía.	0.04	4	0.16
3. El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), es la institución que brinda la formación de guía turístico a nivel tecnólogo en el país de manera gratuita.	0.06	4	0.24
4. La formación del guía de turistas se da en modalidad distancia, por lo que tienen tiempo para ejercer mientras se capacitan y obtienen las acreditaciones correspondientes.	0.03	3	0.09
5. 52% de los guías cuentan en promedio con diez años de experiencia en la guianza.	0.04	3	0.12
6. Nueve de cada diez guías considera entre sus planes a futuro, realizar una especialización y/o estudiar en un nivel universitario.	0.08	4	0.32

7. Se muestra gran interés por seguir estudiando la guianza aplicada a temas de turismo histórico- cultural (37,04%), Turismo de naturaleza (33,33%) y Administración Turística (18,52%).	0.05	3	0.15
8. Existe una percepción positiva en que existe amplio campo laboral en el Departamento.	0.05	3	0.15
9. El guía se sabe consiente de la importancia de su profesión, del rol que tienen y de la responsabilidad que conllevan.	0.04	3	0.12
10. Los guías procuran conducir su guianza con alto compromiso con el medio ambiente.	0.04	3	0.12
DEBILIDADES			
1. Dificultades para aprender el idioma inglés y conseguir la acreditación con el mínimo requerido B2.	0.07	1	0.07
2. Desmotivación del guía por percibir que no es bien remunerada la actividad	0.04	2	0.08
3. Reconocen los guías que les falta conocer el perfil del visitante y adecuar sus servicios según sus requerimientos.	0.04	2	0.08
4. Sienten que les falta capacitación o formación educativa en un nivel superior.	0.07	3	0.21
5. Se les dificulta el manejo de conflictos, el trabajo colaborativo.	0.06	2	0.12
6. Bajo apego a la normativa que los rige, muchos guías pierden credibilidad de la autoridad al percibir que se genera informalidad y se desvaloriza la labor del guía.	0.06	1	0.06
7. Sienten rivalidad profesional con la figura del baquiano e informadores turísticos	0.06	2	0.12
8. Hay una competencia desleal promovida por los mismos guías turísticos en detrimento de todo el gremio.	0.07	1	0.07
9. Los guías no están en contra de la homologación de profesiones, sino de la falta de capacitación de los mismos en temas de guianza.	0.04	2	0.08

El mercado laboral del guía no está en igualdad de condiciones.

10. Reconocen una necesidad de acreditarse que no se ha cumplido.	0.04	3	0.12
TOTAL	1		2.56

Al analizar los resultados de la matriz, sobresalen el factor clave 3F, 6F y 4D, los cuales refieren positivamente a los esquemas de capacitación, especialización y formación para la guianza. El puntaje resultante **2.56**, indica que los guías se encuentran en un estándar promedio de capacidad de respuesta ante las problemáticas que se les presentan dado que han sabido sacar provecho de sus fortalezas, sin embargo, es necesario, desarrollar alternativas de solución que les permitan consolidar sus fortalezas y disminuir en medida de lo posible las debilidades que tienen bajo puntaje como, por ejemplo, la dificultad para aprender otro idioma (D1) y abatir la competencia desleal a base de su cualificación (D8).

Matriz de Evaluación del Factor Externo (EFE)

La matriz EFE, como parte complementaria de la matriz EFI anteriormente señalada forma parte de la planeación estratégica, misma que permite visualizar en términos objetivos, la situación actual externa a la que se enfrentan los guías turísticos. En este ejercicio se visualiza el entorno positivo o negativo con sus grados de incertidumbre y vulnerabilidad en el que se envuelve la guianza, desde elementos políticos, económicos, sociales - culturales, ambientales, legales, entre otros.

Se eligieron veinte factores clave sobre los que tienen incidencia en la mejora de la competitividad del sector a través de la guianza turística.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL FACTOR EXTERNO (EFE)

OPORTUNIDADES	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1. Articulación de empresarios dispuestos a apoyar la formación turística del guía.	0.07	3	0.21
2. Apertura de opciones de guianza turística a nivel superior	0.05	1	0.05
3. La estabilidad interna ha permitido que los flujos de visitación externa e interna al país registren un crecimiento sostenido.	0.06	3	0.18
4. Se ha incrementado en un 3,74% (2017) la generación de nuevos empleos por la actividad	0.05	3	0.15

turística.

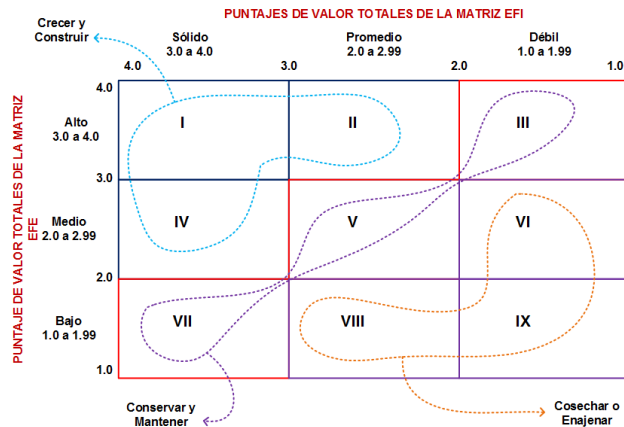
5. El sector turístico genera el 5,01% del PIB de los departamentos del país.	0.04	3	0.12
6. Santander cuenta grandes vías de acceso, conectividad aérea y tecnología que permite la llegada de turistas nacionales e internacionales.	0.05	4	0.2
7. Durante los últimos años la contribución de esta rama al PIB de Santander ha aumentado al 2,0 %.	0.03	2	0.06
8. Los registros de visitación turística extranjera dentro del Departamento de Santander, han ido en tendencia positiva de acuerdo a las cifras registradas años anteriores, la variación de crecimiento anual promedio es 9,5 puntos porcentuales.	0.03	2	0.06
9. Hay empresas agencias de viajes principalmente que si contrata guías acreditados en su organización.	0.03	3	0.09
10. El SENA oferta cinco especialidades al término de los estudios en Tecnología.	0.05	2	0.1
AMENAZAS			
1. Corrupción en el sector turístico.	0.05	2	0.1
2. Competencia desleal.	0.07	1	0.07
3. Desunión en el gremio de guías.	0.05	1	0.05
4. Existencia de guías ejerciendo sin acreditación oficial.	0.08	2	0.16
5. Rivalidad entre guías turísticos	0.04	2	0.08
6. Burocracia para gestión de trámites y proyectos en beneficio de su sector.	0.05	2	0.1
7. Hay prestadores de servicios turísticos que no cumplen con la normativa vigente.	0.05	1	0.05
8. No existe un sistema de información estadística en guianza turística, ni por el SENA ni por el Ministerio de Turismo.	0.04	1	0.04

9. Se está haciendo común que las empresas no contraten los servicios de un guía, sino contraten solo a un acompañante para el grupo.	0.05	2	0.1
10. Se percibe que existe tanta flexibilidad en las normas que lo que está haciendo el Ministerio es que no se profesionalice el guía. (cualquiera puede tener acceso a su acreditación).	0.06	2	0.12
TOTAL	1		2.09

El puntaje obtenido de **2.09** pone en evidencia la gran variedad de oportunidades que tiene el sector que aún no se han aprovechado. Si se está por debajo de la media ponderada (2.5), significa que existe incertidumbre y vulnerabilidad para contrarrestar los efectos de las amenazas. En los factores clave mayormente evaluados, O1, O3, O4 y O6 se destacan las oportunidades de desarrollo, crecimiento y consolidación para el sector turístico en el Departamento, asimismo se destacan los factores claves críticos a resolver como es la existencia de guías ejerciendo sin acreditaciones oficiales (A4), las prácticas de las agencias de viajes de dejar al guía de turistas fuera de la cadena de valor (A9) y la flexibilidad de las normas relacionadas con el reconocimiento, acreditación y homologación de guías (A10).

La matriz Interna Externa (MIE), representa una herramienta para evaluar la posición que tienen los guías turísticos respecto a las condiciones que guardan respecto a la actividad turística de la región. Se toman en cuenta sus Factores Internos (Fortalezas y Debilidades) y sus Factores Externos (Oportunidades y Amenazas), cuantificando un índice que se puede graficar y ubicar en uno de los nueve cuadrantes que constituyen la matriz (David,2013). Éstos cuadrantes permiten visualizar estrategias que le permitan a los guías crecer en una región con crecimiento sostenido en los últimos años, resistir ante los eventos externos de la actividad que no pueden controlarse de manera inmediata o redefinir su posición en la cadena de valor del turismo.

Esquema Matriz Interna- Externa (MIE)



Fuente: David, 2013

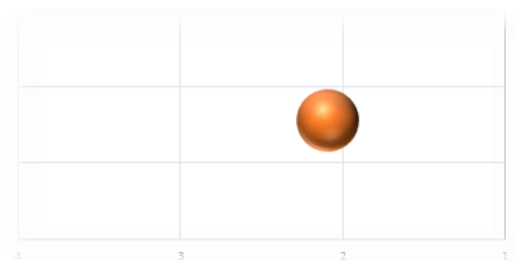
La interpretación de los cuadrantes de acuerdo al autor, significan los siguiente:

Crecer y construir. Celdas I, II o IV. Estrategias intensivas (penetración de mercados, desarrollo de mercado, y desarrollo de productos) o Integradoras (Integración directa, hacia atrás y horizontal).

Mantener y proteger. Celdas III, V o VII. La penetración de mercado y el desarrollo de productos son dos estrategias comúnmente empleadas para este tipo de divisiones.

Cosechar o reducir. Celdas VI, VIII o IX. No se están obteniendo los resultados suficientes de esas divisiones. (Reducción, Desinversión, o Liquidación)

Gráfico 16. Matriz Interna- Externa (MIE)



Fuente: Propia, en base a los resultados de la matriz EFE-EFI. 2019

Finalmente, para concluir el análisis, se presenta la matriz IE (Gráfica 16), la cual permite de manera clara, identificar la posición estratégica del caso de estudio, en relación con los índices arrojados del EFE (2,09) y del EFI (2,56). El puntaje graficado es de **2.3** el cual es la media obtenida entre el puntaje resultante de ambas matrices. Como se puede observar, el puntaje graficado se ubica en **el cuadrante V**, lo que permite dilucidar estrategias encaminadas al

desarrollo de nuevos productos en los que pueda insertarse el guía y de esta manera ampliar su mercado laboral y/o intensificar más la participación del guía en la cadena de valor del turismo.

CONCLUSIONES

Una parte de gran importancia dentro de la cadena de valor del turismo es sin lugar a dudas el guía de turismo. Como ha quedado asentado en la presente investigación los retos que enfrentan tienen que ver con situaciones de reglamentación, orden y organización de la actividad, sin embargo, existe potencial turístico que puede ser aprovechado para que su labor sea valorada y sea mejor remunerada. La habilitación de los guías profesionalmente implica, mejorar sus servicios, garantizar mayor calidad y seguridad, incrementar la confianza en el turista, ampliar sus posibilidades de inserción al mercado laboral, mejorar su calidad de vida, coadyuvar a la competitividad de destinos, ser ente de cambio al fomentar dentro de sus funciones la conservación del Patrimonio de manera sustentable.

La especialización en su área también obedece a una tendencia global de hábitos y comportamiento del sector turístico, incluido el bilingüismo y la tecnología; en dicho entorno, el guía está tratando de adaptarse positivamente de manera profesional puesto que el turismo de naturaleza en modalidades como turismo rural, avistamiento de aves, turismo comunitario, ecoturismo, están siendo tendencias bien adoptadas por este sector, mismas que las respalda el potencial cultural y natural con el que cuenta el Departamento de Santander.

Es común que, en su mayoría los guías trabajen solo en temporadas vacacionales fuertes por lo que los guías enfrentan un alto índice de rotación laboral, contratación con baja escala salarial, subcontratación, baja cualificación y certificación en educación formal además de una asimetría entre la oferta y perfiles cualificados de los recursos humanos de acuerdo con las necesidades reales del mercado, estas características han hecho que el gremio perciba la desvalorización de su función dentro del sistema turístico, aunado a lo que implica la competencia desleal existente ya que no todos los que se “contratan como guías” tienen su registro nacional de turismo y por consiguiente no portan su Tarjeta Profesional de Guías. No obstante, estas particularidades evidencian que el guía pertenece a estratos bajos y con una participación mayoritaria de ellos sin educación superior.

Estos puntos suponen desde la perspectiva de la presente investigación, dos escenarios: que dadas las potencialidades y crecimiento del turismo en la región, sea la visión del Departamento a través de todos los actores (prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y academia) que se generen las condiciones de inclusión de la profesión de manera integral su reposicionamiento en la cadena de valor, que se amplíe el espectro de su campo de actuación y que se deje solo de conferirle la parte del acompañamiento o simplemente por “cumplir” las normas

que los rigen. El segundo, indica la necesidad de promover la cualificación o la habilitación universitaria y especializada a fin de brindar un servicio que conduzca al incremento de los ingresos del sector turístico y mejore los estándares de posicionamiento y competitividad que el mercado requiere, más aún si se está a la espera de mercados internacionales.

Finalmente, se espera que la información vertida en la presente investigación sea considerada como plataforma para proyectos futuros y sea también un referente estratégico de acción en pro del mejoramiento de la guianza en Santander y del sector turístico que lo conforma.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CITUR (2019). Departamento de Santander. Índices de Competitividad. Disponible en portal oficial. <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental/mapacompetitivo/68>

COTELCO – UNICAFAM (2018). Centro de Pensamiento Turístico – Colombia. Presentación resultados 2018 ppt. Disponible en: https://id.presidencia.gov.co/Documents/181128_PresentacionResultadosICTRC_2018.pdf

COTELCO-UNIFACAM- BOGOTÁ (2018). El empleo en el sector turismo: análisis de los indicadores laborales para Colombia 2007- 2017.

David, Fred R. (2013). Conceptos de Administración Estratégica. Pearson Education. México.

García, M. (s.r). Consideraciones para diseñar cursos de español para guías turísticos. Instituto Cervantes. Río de Janeiro. Brasil.

Ley 1558-2012. Ley General de Turismo. Art. 26. Colombia.

MINCIT - CITUR (2019). Estadísticas nacionales. Centro de Información Turística de Colombia. Disponible en: <http://www.citur.gov.co/>

Ministerio de Educación Nacional. (2017). Educación Superior. Boletín No. 1.

NTSGT012 (2016). Norma Técnica Sectorial Guías de Turismo. *Prestación del servicio de guianza turística.*

Osorio, M, Ramírez, I. y Viesca, C. (2016). Tendencias del Turismo hasta 2030. Contrastes entre lo internacional y lo nacional. Universidad Autónoma del Estado de México. Capítulo de libro. Temas pendientes y nuevas oportunidades de cooperación en turismo, URV, Tarragona, 2016, p. 107–127. ISBN: 978-84-8424-490-5.

- Ramallo, E. (2015). El guía turístico diferencias y similitudes entre comunidades autónomas. Revista Cuadernos de Turismo, No.35 pp. 499- 510. ISSN1139-7861. Universidad de Murcia. España.
- Santamarina, B. (s.r). De la educación a la interpretación patrimonial: Patrimonio, Interpretación y Antropología. Universidad de Valencia. Patrimonios culturales: educación e interpretación. Cruzando límites y produciendo alternativas.
- SENA (2017). Reporte de datos de la formación integral para el trabajo 2017. Informaciones y análisis que contribuyen al desarrollo de la formación profesional colombiana. Colombia.
- SITUR (2018). Medición del turismo sostenible desde la perspectiva de los prestadores de servicios turísticos de Santander. Disponible en: http://www.sitursantander.co/images/2019/01/Indicadores/TurismoSostenible/Indicadores_Turismo_Sostenible_Perspectiva_PST_Enero_2019.pdf
- SITUR (2019). Llegadas por país de residencia. Estadísticas del portal oficial del Sistema de Información Turístico. Santander. Disponible en: <http://www.sitursantander.co/Estadisticas/Imagenes>
- Sivan, R. (1998). Dialogar con el pasado. Comunicar con el legado. Reflexiones sobre la presentación del Patrimonio in situ. PH Boletín 25, pp. 148 -149.
- USAID (2013). Hacia el profesionalismo de los guías turísticos. Manual para capacitadores. Estados Unidos.