

# EJE 2

# COMPETITIVIDAD

# TURÍSTICA



## **2.- Programas de competitividad turística**

Conjunto de programas de trabajo para mejorar el grado de competitividad de toda la cadena de valor turística, que le permitan posicionarse en un sector turístico altamente competitivo a nivel internacional. Se centra en los siguientes ejes:

- Accesibilidad, movilidad y señalética del destino
- Calidad de productos y experiencias
- Formación del sector
- Nuevas tecnológicas
- Posicionamiento online de cadena de valor del sector turístico

### **Objetivos generales**

- Consolidar y reforzar el sector empresarial turístico, asegurando a corto y medio plazo su nivel de competitividad, como clave para posicionar el destino Valle del Cauca, atendiendo a las necesidades de la demanda y basados en un desarrollo sostenible de su actividad económica.
- Facilitar la creación de acciones conjuntas entre colectivos empresariales y/o empresas de los distintos subsectores, ya sean del mismo destino o de destinos complementarios, que permitan desarrollar productos singulares que faciliten el posicionamiento del Valle del Cauca y la diferenciación del destino a través de la diversidad de su oferta.
- Apoyo a los procesos de internacionalización de las empresas y servicios turísticos que permitan incrementar su competitividad a nivel global, principalmente en aquellos sectores de interés para la generación de empleo e ingresos turísticos en el Valle del Cauca.

### **Índice de Programas de Trabajo para mejorar la competitividad**

1. Centro de recepción de visitantes del Valle del Cauca en Cali
2. Mejora en infraestructuras turísticas
3. Mejora de la accesibilidad
4. Mejora de la movilidad turística
5. Mejora de la señalización turística (vial y en recursos turísticos)
6. Nuevo equipamiento cultural - Centro de Interpretación de la Salsa
7. Sistema integral de Calidad Turística
8. Nuevas tecnologías para mejorar la experiencia de los turistas: realidad virtual y aumentada, wifi, Apps, chatbots o Big Data
9. Plan integral de formación turística
10. Plan de apoyo a emprendedores turísticos
11. Renovación del paisaje urbano en el centro de las principales ciudades del Valle
12. Catalogación y ordenación de los recursos turísticos
13. Digitalización de la oferta – mejorar presencia de cadena de valor del sector turístico en el entorno digital

14. Campañas que mejoren la competitividad de los operadores turísticos presentes en el territorio

## **1.- Centro de recepción de visitantes del Valle del Cauca**

### **Descripción**

Se trata de cubrir una de las carencias más evidentes que tiene el Valle del Cauca: disponer de un **Centro de Interpretación** situado en Cali que permita, a los turistas que visitan la ciudad, conocer de forma directa sobre las múltiples opciones, productos, actividades y experiencias que ofrece todo el Departamento.

En los últimos años, hemos visto como algunos destinos ya muy posicionados en Europa, reducen sus infraestructuras de atención turística al constatar que sus turistas buscan cada vez más canales online para conocer el destino. Así por ejemplo, Escocia está retirando 2 de cada 3 puntos de información turística que tiene por el territorio.

No obstante, también hay destinos como Los Ángeles que están ampliando el número de puntos de información turística en su territorio, porque consideran que son un elemento que mejora la satisfacción del turista en su experiencia con el destino.

Está claro que para que un destino, poco conocido a nivel internacional como el Valle del Cauca, atraiga a turistas internacionales, debe contar con una infraestructura de referencia, que permita poner en valor los recursos disponibles, mejorar la atención que se brinda a los turistas y ayudar a mejorar la imagen de marca de todo el destino.

### **Objetivos específicos**

- Dotar a la ciudad de un nuevo equipamiento de atención turística que complemente el Punto de información turística de la Alcaldía de Cali
- Dar más profundidad y variedad a la visita turística a la ciudad
- Dar a conocer a los turistas la identidad y singularidad de su territorio, poniendo en valor sus productos, sus gentes y sus tradiciones (como el baile y la música)
- Mejorar la información turística que se brinda a los visitantes
- Aumentar el nivel de satisfacción del turista (a través de un mejor conocimiento y comprensión del territorio y sus recursos)
- Facilitar una mejor gestión de los flujos turísticos
- Conocer mejor los gustos y necesidades de los turistas que nos visitan, así como conocer que productos turísticos demandan más
- Ayudar a ampliar la estancia media, aumentar el gasto medio de los visitantes y estimular la repetición de la visita

**Criterios a tener en cuenta para su puesta en marcha:**

**Localización:** Se trata de una cuestión clave. Debe estar estratégicamente situado en un punto de máxima afluencia turística de Cali.

**Dimensiones:** Debe ser un equipamiento potente, con gran capacidad de atracción y de “visita obligada”. De hecho además de una introducción a la oferta turística de todo el Valle del Cauca, se ha de convertir en una atracción por sí misma. Debe ser un equipamiento de gran calidad y con diferentes espacios para el desarrollo de diferentes actividades (charlas, demostraciones, exposiciones fotográficas...)

**Concepto:** el centro de recepción de visitantes debe ser el escaparate de la oferta cultural, natural, patrimonial, deportiva, gastronómica, religiosa, etc. del Valle del Cauca. Se trata de presentar a los visitantes los diversos recursos para que tengan una idea de las cosas a ver y hacer, lo que le va a permitir organizar su estancia y recorrido en función de sus motivaciones e intereses.

**Comercialización** - debe ser un centro de servicios turísticos, en que el visitante pueda informarse, reservar y contratar servicios turísticos (ya sean propios o de terceros).

**Tecnología** – para ser relevante y convertirse en un recurso imprescindible de la visita a la ciudad, el Centro tiene que contar con dotaciones tecnológicas de última generación.

Tiene que ser un centro **interactivo y experiencial**.

### **Propuestas de actuación**

Para ello, se propone la siguiente secuencia de tareas:

1. Identificar la ubicación para desarrollar el centro de recepción de visitantes del Valle del Cauca, que debería ser en un edificio emblemático y en un lugar céntrico y fácilmente accesible
2. Seleccionar a una empresa especializada en la definición de los contenidos, servicios y dotaciones tecnológicas del centro de recepción de visitantes
3. Sacar a concurso las obras
4. Desarrollar campañas de comunicación entre los turistas para dar a conocer el centro de recepción de visitantes del Valle del Cauca

En el centro se debe ofrecer a los turistas **asesoría personalizada** para planificar su viaje, recomendando los elementos, recursos y experiencias que más encajan con las motivaciones, necesidades y gustos de cada turista.

El centro tiene que contar con una **sala de reuniones** (con audiovisuales) que se puede utilizar para dar charlas sobre diferentes temáticas. También podría usarse para la recepción de todos los grupos de agentes de viajes (Fam Trips) y periodistas (Press Trips) que visiten la ciudad. Aquí se les podría dar una introducción al destino, con una presentación audiovisual.

**Disponibilidad de contenidos** adaptados a diferentes tipologías de turistas y

motivaciones de viaje.

**Desarrollo de actividades programadas** en el centro que pongan en valor los principales elementos y productos de la región. Para ello habrá que habilitar una sala adecuada.

- Productos desarrollados en la región: caña, café, uva, frutas tropicales
- Tradiciones gastronómicas – con degustaciones de productos y platos típicos
- Manifestaciones culturales: salsa, cantos del Pacífico... - lo que demandará contar con una zona habilitada para público y con un escenario con buena acústica
- Actividades y experiencias singulares
- Artesanías y productos típicos – con muestras de su elaboración

Entre las actividades que se pueden desarrollar son:

- Degustaciones de productos y platos típicos de la región
- Clases de baile y de músicas del Pacífico
- Exposiciones de artesanía, fotografía, pintura y otras expresiones artísticas

Construcción de **pequeña tienda** con venta de:

- Merchandising - adaptado a los gustos internacionales
- Productos gourmet del Valle del Cauca
- Artesanía
- Venta de tarjetas de telefonía / acceso a internet para el viaje
- Venta de productos turísticos propios o desarrollados por terceros
- Venta de entrada para espectáculos y eventos que se desarrollen en Cali y en el resto del Valle

**Tecnología disponible** – este centro tendría que tener los últimos avances tecnológicos que permitan a los turistas tener una experiencia inmersiva e interactiva con los productos y las experiencias que se pueden vivir en el Valle.

- Videos promocionales del destino a través de diferentes pantallas repartidas por el centro, con diferentes temáticas: cultura, naturaleza, aventura... Con posibilidad de visualizarlos en diferentes idiomas.
- Ordenadores para poder buscar información segmentada en torno a motivaciones y tipologías de turistas (en diferentes idiomas)
- Conexión WIFI de alta calidad y acceso directo a versión móvil de la web de turismo del Valle del Cauca
- Evaluar la viabilidad de introducir elementos de realidad virtual y aumentada

### **Indicadores de seguimiento**

- Puesta en marcha del centro
- Asistencia de turistas al centro

## 2.- Mejora en infraestructuras que afecta al turismo

### Descripción

El turismo es un sector muy competitivo con presencia de gran cantidad de destinos luchando por captar turistas nacionales e internacionales. Todos los destinos están haciendo grandes inversiones para mejorar sus infraestructuras, que permitan facilitar a los turistas un viaje más agradable, cómodo y sin sorpresas.

Las inversiones en infraestructuras tienen que buscar beneficiar tanto a la población local como a los turistas.

En cualquier desarrollo de grandes infraestructuras, hay que tener el foco centrado en la sostenibilidad, solicitando con anterioridad un informe del impacto medioambiental que pueda generar.

### Objetivos específicos

- Mejora de los equipamientos disponibles para el turista
- Crear un Centro de Interpretación del Valle que permita a los turistas conocer mejor el territorio
- Mejorar los centros de atención a los visitantes en las Áreas Naturales disponibles en el territorio
- Mejora en los paneles informativos presentes en los recursos naturales y atractivos a lo largo del Valle del Cauca
- Mayor uso del inglés en todos los materiales producidos y las señales y contenidos en los propios recursos
- Mejorar la experiencia de los turistas en el destino
- Mejorar la disponibilidad de señalética en inglés a lo largo del Valle del Cauca
- Destacar el carácter bohemio del barrio de San Antonio, que se vuelva icono de posicionamiento y palanca de atracción

### Propuestas de actuación

**Creación de nuevos recursos y atractivos culturales en Cali y en el Valle del Cauca** – desarrollo en los próximos años de nuevos equipamientos culturales que ayuden a generar demanda de turistas culturales (con alto gasto turístico). Centro de Interpretación de la salsa.

**Mejora de la señalética y los paneles con contenidos en todos los centros de recepción en Áreas Naturales** – desarrollo de paneles informativos (bilingües) para poner en valor la biodiversidad presente en ese espacio y avisos informativos con las reglas de comportamiento que permitan disfrutar de la visita y ser lo más respetuoso posibles con el medioambiente.

**Mejora del muelle de Buenaventura** – con paneles informativos que muestren los principales atributos y atractivos de la región. Incluso se puede plantear poner

un fotocolor para que la gente se saque fotos y ayude a dinamizar esa región, tan poco conocida por los turistas internacionales.

**Creación de ruta guiada por San Antonio** que permita poner en valor esta zona como el barrio bohemio de la capital del Valle.

### Indicadores de seguimiento

- Nuevas dotaciones culturales creadas en los próximos años.
- Asistencia y satisfacción de los turistas que visitan el Muelle de Buenaventura y los recursos naturales del territorio.

## 3.- Mejora de la accesibilidad

### Descripción

Se trata de desarrollar un conjunto de acciones que permitan mejorar la situación de accesibilidad del Valle del Cauca y que permita incrementar los flujos turísticos que llegan al destino.

### Objetivos

- Mejorar la accesibilidad internacional al destino
- Diversificar los mercados turísticos y aumentar la conectividad con mercados internacionales considerados estratégicos
- Aprovechar las infraestructuras de accesibilidad actuales, maximizando su utilización
- Potenciar las sinergias con infraestructuras metropolitanas como el aeropuerto de Bogotá

### Propuestas de actuación

**Captación de nuevas rutas aéreas internacionales** desde el aeropuerto de Cali, que mejoren la conectividad internacional de la ciudad con grandes mercados internacionales que generen nuevos flujos turísticos (desde América Latina, Estados Unidos y Europa).

**Mejorar operativa de las escalas en Bogotá** - Hacer análisis que permita conocer la situación de las escalas que tienen que esperar los turistas de mercados internacionales en Bogotá, para enlazar con vuelo a Cali. Intentar hablar con las compañías para mejorar casos en que las escalas sean excesivas e influyan mucho en la experiencia del turista para llegar al destino.

Participar en la **feria Routes** donde se negocia la puesta en marcha de nuevas rutas aéreas en reuniones entre destinos y aeropuertos, con las líneas aéreas. Próximo evento: Routes Américas 2018 que se celebra en Quito, del 13 al 15 de febrero 2018. <https://www.routesonline.com/events/190/routes-americas-2018/>

Generar **mejores contenidos** sobre el aeropuerto, los servicios disponibles y las diferentes opciones para llegar y salir de él.

## 4.- Mejora de la movilidad turística

Se trata de elaborar un plan de movilidad turística para la ciudad de Cali.

Durante la fase de análisis se identificaron algunos gaps y limitaciones a un movimiento fluido de los turistas por la ciudad.

Cali debe avanzar en la mejora de la movilidad turística, que permita a los visitantes experimentar la ciudad de una forma más cómoda y maximizando el tiempo de su estancia.

### Objetivos específicos

- Mejorar el atractivo del centro urbano de Cali
- Impulsar servicios de transporte turístico como el autobús turístico
- Implementación de un modelo de gestión de las bicicletas municipales
- Facilitar el uso de los servicios municipales de transporte por parte de los visitantes
- Poner en valor los recursos turísticos de la ciudad
- Mejorar la satisfacción de los visitantes
- Evitar los desequilibrios entre los diferentes nodos turísticos de la ciudad
- Mejorar la señalización turística

### Propuestas de actuación

Crear un **grupo de trabajo** en la Secretaria de Turismo de la Alcaldía, para analizar la movilidad turística de la ciudad y revisar la conectividad de las principales áreas de interés y recursos turísticos disponibles en la ciudad.

**Mejorar la movilidad** de peatones en la zona del río, a la altura de la exposición de gatos de Hernando Tejada, donde hay dificultades para el tránsito de peatones entre la Carrera 1 y la Avenida 4 Oeste.

**Impulsar una mayor peatonalización** del casco histórico de la ciudad, que permita un flujo más natural y relajado de los turistas.

Analizar la viabilidad futura de **soterrar parte de la Carrera 1**, que permita crear un corredor peatonal al lado del río.

**Mejorar el acceso** y la zona de **aparcamiento** en torno al mercado de la Alameda.

**Mejorar la señalética turística** de la ciudad, tanto para vehículos como para turistas que visitan a pie la ciudad.

Impulsar un **servicio de autobús turístico** en Cali, que enlace de forma natural los

principales recursos de la ciudad. Como se comentaba en la parte de estrategia, se plantea la posibilidad de tener un autobús auténtico y singular (una chiva), pero que tenga incorporados los últimas tecnologías, que permitan mejorar la experiencia del turista.

Poner en marcha un **servicio municipal de alquiler de bicicletas** para uso turístico, incorporando bicicletas eléctricas que ayuden a mejorar la imagen de marca. Habrá que definir rutas preferentes para el uso seguro de las bicis. También se debería acompañar de campañas de información y sensibilización a conductores sobre el respeto necesario a los ciclistas.

Crear un **bono de transporte urbano (1, 2 o 3 días)** para visitantes y una **tarjeta turística** que permita la entrada a los principales recursos y atractivos turísticos de la ciudad. Desarrollar mapa con las líneas de autobuses que pasan por las principales recursos y zonas de la ciudad.

Desarrollar **rutas temáticas** por la ciudad para agrupar recursos y atractivos relacionados con un producto o segmento determinado:

- Gastronomía
- Salsa y baile
- Cultura / patrimonio
- Artesanías
- Arquitectura
- Recursos naturales
- Instalaciones deportivas
- Salud y bienestar
- Otras a definir según la oferta disponible

### **Indicadores de seguimiento**

- Reuniones con operadores de transporte para licitar servicio municipal de bus turístico
- Proyectos desarrollados para mejorar la movilidad de los turistas en la ciudad
- Demanda por los turistas de las rutas temáticas desarrolladas
- Puesta en marcha de otros servicios como la tarjeta turística o el bono de transportes

## **5.- Mejora de la señalización turística**

### **Descripción**

A nivel de infraestructuras turísticas, la señalización es una de las partes más relevantes. Los recursos turísticos y el resto de la oferta deben estar bien señalizados para permitir un fácil acceso por parte de los turistas.

Según el diagnóstico turístico, la señalización turística direccional e interpretativa es uno de los ámbitos de mejora pendiente, cuya optimización elevará la

competitividad turística de la ciudad y del Valle.

La señalización orientativa e informativa servirá de guía para el visitante, de tal manera que se oriente por sí mismo de manera rápida y eficaz. Además, servirá también para despertar el interés y sugerir, animar, etc.

Por tanto, la señalización de la ciudad y del Valle debe estar enmarcada en un plan que permita revisarla anualmente en cuanto a su estado de conservación, ubicación y contenidos.

Asimismo, debemos tener en cuenta las nuevas tecnologías, los cambios en el consumo turístico, la mejora de la movilidad, la diversificación de las procedencias de los visitantes, la claridad y la integridad en la transmisión de los mensajes, etc.

La señalización deberá cumplir con una serie de requisitos tales como:

- Homogeneidad y embellecimiento en el territorio
- Planificación y organización
- Mantenimiento y limpieza
- Campaña de actualización

### Objetivos específicos

- Diagnosticar el estado actual de la señalética direccional e interpretativa de los recursos y equipamientos turísticos en Cali y a lo largo del Valle del Cauca
- Elaboración de un manual, que indique las necesidades concretas para mejorar la señalización
- Fabricación e instalación de las señales necesarias a partir de la imagen definida por Turismo del Valle

### Propuestas de actuación

Crear un **grupo de trabajo** entre las Secretarías de Turismo de Cali y del Valle con la participación de representantes de los agentes pertenecientes a la cadena de valor del turismo, para analizar la señalización turística.

Definir un **diseño homogéneo de señales** y tipología de símbolos, que permita el fácil reconocimiento sobre la tipología del recurso, por parte de los turistas.

**Actualizar y modernizar la señalética turística** presente en vías secundarias a lo largo del Valle, que actualmente es poco homogénea y en muchos casos está en muy mal estado de conservación.

Instalar **nuevos paneles informativos** en los recursos naturales que permitan interpretar los ecosistemas y la biodiversidad local. Los paneles tienen que estar producidos en español e inglés. Los contenidos deben ser producidos pensando en el turista y tener imágenes, gráficos y mapas que ayuden a entender los diferentes ecosistemas y los animales que lo habitan.

Estos paneles se pueden financiar a través de un programa para que empresas de la zona patrocinen las señales y paneles informativos de los recursos naturales en su área, recibiendo como contrapartida la inclusión del logo del patrocinador en las propias señales y paneles informativos (aparte de la visibilidad mediática de contribuir a mejorar la recepción de visitantes en espacios y reservas naturales del Valle).

### **Indicadores de seguimiento**

- Conclusiones del Grupo de Trabajo
- Número de nuevas señales instaladas
- Mejora de la satisfacción de los visitantes sobre la señalización

## **6.- Nuevo equipamiento cultural: Centro de Interpretación de la salsa**

### **Descripción**

Se trata de ofrecer a los visitantes de Cali, en un centro atractivo y muy bien equipado, una visión interpretativa de la historia de la salsa y la importancia que tiene para Cali y el resto del Valle del Cauca.

Se plantea como una herramienta para poner en valor uno de los elementos identitarios más representativos del destino turístico.

La salsa no es como el flamenco o el tango, cuyo principal enfoque en el sector turístico es ir a ver un espectáculo, no bailar.

Para entender la salsa hay que vivirla y eso sólo se hace bailando.

Muchos turistas que visitan el Valle del Cauca han oído salsa y han bailado en alguna discoteca. Pero no saben mucho del baile (sobre todo los que no son de América Latina o España).

El resultado es que uno de los elementos diferenciadores del destino y con mayor autenticidad, está poco articulado para su aprovechamiento por el sector turístico.

Son pocos los espectáculos de salsa que se programan todas las semanas y Delirio, una producción muy cuidada y con gran calidad, solo desarrolla una sesión al mes.

### **Objetivos específicos**

- Dotar a Cali de un nuevo atractivo turístico y cultural de calidad
- Dar una mayor variedad y profundidad a la oferta turística actual de Cali
- Aumentar el nivel de satisfacción del turista (a través de un mejor conocimiento de la historia de la sala)
- Aumentar la estancia media y el gasto de los visitantes

- Integración de este proyecto con la Avenida de la Salsa

### Propuestas de actuación

Planificación y desarrollo de un **Centro de Interpretación de la salsa**.

Para ello habrá que crear un grupo de trabajo que defina las necesidades de espacio y contenido, que permitan contar con un equipamiento moderno, que se vuelva un referente turístico de la ciudad.

En este centro se tendrán que desarrollar una serie de actividades:

- Exhibiciones de salsa y conciertos
- Clases de salsa
- Clases de idiomas a través de la salsa
- Degustaciones gastronómicas
- Rutas guiadas de la salsa por la ciudad (desarrollada por el centro) diurnas y nocturnas
- Exposición de instrumentos musicales y de vestuario relacionados con la salsa
- Concursos fotográficos “tu visión de la salsa” para que los turistas publiquen sus fotos relacionadas con este baile

El centro debería tener un **recorrido cronológico** por la historia de la salsa y tener un importante **componente audiovisual**, que permitan al visitante “sentir” lo que la salsa supone para la gente del Valle del Cauca.

### Indicadores de seguimiento

- Reuniones entre entidades municipales y departamentales para analizar la viabilidad de puesta en marcha el proyecto.
- Desarrollo del proyecto

## 7.- Sistema integral de calidad turística

### Descripción

Dada la alta competitividad del sector turístico mundial, los destinos deben tener un foco estratégico en lograr alcanzar una mejora continua en la calidad de toda la cadena de valor del sector turístico.

Calidad turística según el Ministerio es “el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio justo, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural, además de proveer experiencias memorables que contribuyan con la fidelización del mercado turístico”.

Entre los instrumentos que apoyan la calidad turística se encuentran las Unidades Sectoriales de Normalización (Ley 300/96) y el conjunto de normas sectoriales de calidad turística cuya aplicación conlleva a la excelencia en los prestadores turísticos, destinos y atractivos; satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes

Para ello, en el Valle del Cauca se deben establecer varias acciones relacionadas con la calidad:

- Desarrollo de Manual de Buenas Prácticas
- Desarrollo de una mesa sectorial sobre el tema
- Desarrollo de políticas activas de formación continua al sector que permitan mejorar el nivel de calidad de los servicios ofrecidos a los turistas y mejorar la competitividad del sector turístico local

El Congreso Internacional de Calidad Turística que se celebra en Cali el 23 y 24 de noviembre del 2017, puede ser un excelente punto de partida para desarrollar una política estratégica que permita mejorar la calidad media de la cadena de valor turística.

### Objetivos específicos

- Incrementar la calidad media de los servicios ofrecidos por empresas turísticas de Cali y del Valle del Cauca
- Impulsar el desarrollo de un sello de calidad
- Incentivar la colaboración público-privada
- Lograr mejorar la imagen turística de la ciudad y del departamento
- Mejorar la competitividad de las empresas involucradas en la cadena de valor turística
- Mejorar la gestión de la calidad de las empresas turísticas del Valle del Cauca como vía para mejorar su competitividad y su capacidad de responder a las cambiantes necesidades de sus clientes

### Propuestas de actuación

Se plantea desarrollar un **acuerdo de colaboración** con el **Instituto para La Calidad Turística Española**, para planificar acciones concretas y campañas de dinamización entre el sector privado.

Desarrollo de **líneas de incentivos** orientados a la certificación y renovación de los certificados de calidad.

**Apoyo y asesoramiento** a pequeñas y medianas empresas para poner en marcha de programas de calidad turística.

**Apoyo a la implantación de innovación tecnológica** en el sector empresarial del Valle del Cauca. Concienciación sobre los beneficios de la incorporación de las nuevas tecnologías a sus estructuras empresariales.

**Producto** - Análisis y desarrollo de clubes de productos vinculados a subsectores y productos específicos, a través de los cuales pueda posicionarse en el mercado la oferta singular y con valores diferenciadores frente a la competencia.

**Líneas de apoyo a la mejora de servicios** o gestión que permitan mejorar la experiencias disfrutadas por los turistas

**Responsabilidad Social Corporativa** - Impulsar la realización de Plan de sensibilización y apoyo a las empresas que apliquen la RSC. Con línea de apoyo a la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas turísticas del Valle del Cauca.

### **Indicadores de seguimiento**

- Número de establecimientos integrados en el sistema de calidad
- Número de establecimientos reconocidos con el sello de calidad
- Seguimiento de empresarios del Valle del Cauca a la Certificación virtual de Calidad Turística, desarrollada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

## **8.- Nuevas tecnológicas para mejorar experiencia de los turistas**

### **Descripción**

El sector turístico se ha visto transformado recientemente por cambios disruptivos, muchas veces generados o favorecidos por la tecnología.

Los destinos no pueden estar ajenos a esta realidad y tienen que invertir para ofrecer a los turistas equipamientos, recursos y canales de comunicación con mayores componentes de tecnología, que les permitan:

- Interpretar mejor el territorio
- Conocer la identidad cultural local
- Lograr una mejor experiencia en el destino.

La tecnología también puede ayudar a mejorar el posicionamiento de marca del destino, situándolo como uno moderno, que cuida la experiencia tecnología de sus turistas.

### **Objetivos específicos**

- Mejorar las dotaciones tecnológicas en toda la cadena de valor turística
- Mejorar la atención turística que se brinda a los visitantes
- Mejorar la imagen del Valle del Cauca como destino tecnológico
- Recopilar más información del comportamiento de nuestros turistas
- Mejorar la experiencia de los turistas

## Propuestas de actuación

**Instalación** de un mayor número **puntos de conexión wifi** disponibles cerca de los principales recursos turísticos del Valle – la conexión tiene que llevar a un sitio web de bienvenida con contenidos turísticos desarrollados específicamente para el canal móvil y con una portada destacando los recursos y actividades que están situados cerca del turista (por su geoposicionamiento).

**Análisis de la viabilidad** de desarrollar elementos de realidad aumentada en torno a los principales atractivos turísticos de Cali, que mejoren la experiencia del turista.

Desarrollo de **nuevas herramientas de comunicación** en tiempo real con turistas, que permita contestar a sus dudas y necesidades durante el viaje.

Analizar viabilidad de desarrollar un proyecto para poner en marcha un sistema de **asistente de información virtual**, a través de un **Chatbox**, que gracias a la inteligencia artificial crea una nueva relación con los turistas y automatiza la información turística.

**Campañas de comunicación** para dar a conocer nuevas herramientas tecnológicas aplicables a los diferentes segmentos de la cadena de valor:

- Hoteles
- Agencias
- Centros de Reuniones
- Restaurantes
- Museos y atractivos turísticos
- Medios de transporte
- Tiendas y otros comercios
- Otros proveedores turísticos

**Incorporación de las nuevas tecnologías** en los nuevos equipamientos, como el Centro de Interpretación de la Salsa y el Centro de Interpretación del Valle del Cauca.

Estudio de viabilidad para incorporar la **realidad virtual** en todas las acciones promocionales (ferias, presentaciones y talleres de trabajo) que se desarrollen a nivel internacional. Como elemento para que puedan experimentar las diferentes sensaciones y visiones que se pueden tener a lo largo del Valle.

## Indicadores de seguimiento

- Experiencias con nuevas tecnologías
- Mejora en la satisfacción de los turistas

# 9.- Plan integral de formación turística

## Descripción

El Valle del Cauca debe diseñar un Plan de Formación para los próximos años, a partir de las necesidades del sector y los gaps identificados en la cadena de valor.

Se debe crear un comité (con la presencia de toda la cadena de valor turística) para el análisis de las necesidades formativas, que permitan contar con una oferta empresarial profesional y adaptada a las necesidades y gustos de la demanda turística internacional.

A partir de la detección de necesidades se distribuirá la formación por meses, sectores de actividad, nivel de cualificación y localización geográfica.

Algunas de las áreas en las que se sugiere trabajar son:

- Atención al cliente
- Calidad
- Inglés enfocado al sector turístico
- GDS's
- Revenue Management
- Decoración y ambientación de hoteles, restaurantes y centros de reuniones
- Marketing online que permita una mayor presencia de productos y servicios turísticos de Cali y el Valle en el ecosistema digital
- Posicionamiento en Redes sociales
- Hostelería – servicio en restaurantes
- Diseño de productos turísticos
- Conocimiento de los recursos turísticos de la ciudad y del Valle – que permitan mejorar la atención al turista por todos los eslabones de la cadena
- Inteligencia de mercado – conocimiento de necesidades y gustos de diferentes tipologías y nacionalidades de turistas
- Inteligencia de producto – dando a conocer las características y necesidades específicas de diferentes segmentos: turismo cultural, gastronómico, de naturaleza, LGBTI, Premium, de salud...

## Objetivo general

El objetivo de este Plan de Formación es la profesionalización continua del tejido empresarial del departamento del Valle del Cauca.

La formación debe ser un elemento no negociable ya que es la herramienta clave que nos permitirá avanzar y estar al día en un sector turístico tan cambiante e impredecible.

## Objetivos específicos

- Mejorar la profesionalidad del sector turístico del Valle del Cauca
- Impulsar la innovación y la creatividad en el sector turístico local
- Incrementar la satisfacción y el gasto de los visitantes

- Aumentar la notoriedad turística de la ciudad de Cali y del resto de municipios turísticos del Valle
- Mejorar la calidad de los productos y experiencias turísticas desarrolladas en el territorio

### Propuestas de actuación

**Creación de cualificaciones profesionales** - se deben crear una batería de cualificaciones profesionales dentro del departamento que permita tener titulaciones especializadas y ofrezcan a los trabajadores del sector turístico una oportunidad de carrera profesional.

**Diseñar y desarrollar estrategias formativas** que permitan mejorar los niveles de cualificación de los directivos, mandos medios y personal base de las empresas turísticas del Valle del Cauca.

Impulso a la **colaboración con centros de formación** de reconocido prestigio, que permitan el desarrollo y puesta a disposición del sector de estudios de mercados internacionales (gestionados a través del Observatorio Turístico).

**Mejorar la imagen social** de los **profesionales del sector turístico**, dignificándola y poniendo en valor este sector económico en crecimiento, como opción de carrera profesional para los jóvenes, que permita integrar a personal base, mandos intermedios y directivos.

Creación de un **bolsa de trabajo turística** que permita la movilidad de los empleados del sector y ayude a cubrir las necesidades del sector con una oferta de perfiles profesionales segmentados.

Desarrollo de **sistema de encuestas** al sector turístico para conocer sus necesidades de conocimiento, según el sector de actividad en el que trabajen y la tipología de turistas que reciban.

Diseño de un **plan anual de formación** que cubra las necesidades formativas de los diferentes segmentos de la cadena de valor turística.

Desarrollo de una **plataforma de formación online**, que permita a cualquier trabajador del sector turístico del Valle del Cauca acceder a píldoras y módulos de formación técnica, práctica y actual, sin tener que desplazarse y con acceso total a cualquier hora (24/7).

Desarrollo de **campañas de comunicación** para dar a conocer el programa y brindar información sobre la oferta de cursos y los requisitos para acceder a ellos.

**Nota:** El mejor modelo de formación es el denominado en inglés blended, donde se combinan una parte de la formación online o digital, con otra presencial. Así se consigue al mismo tiempo que los alumnos pueda desarrollar cierta formación de forma flexible, según su disponibilidad de tiempo y por otra parte, la parte presencial de la formación fomenta el networking entre los trabajadores del sector,

que puede generar sinergias y colaboraciones profesionales.

### Indicadores de seguimiento

- Desarrollo de Plan de Formación anual, consensado con el sector turístico local
- Número de sesiones formativas y cursos desarrollados
- Nivel de asistencia y participación en los cursos
- Valoración de las jornadas por parte de los asistentes

## 10.- Plan de apoyo a emprendedores turísticos

### Descripción

Los destinos tienen que fomentar la innovación y el emprendimiento en el sector turístico. El destino necesita nueva savia y creatividad para generar productos turísticos que sorprendan a los turistas.

Para ello se plantea la puesta en marcha de una **línea de asesoramiento gratuito** para los posibles emprendedores turísticos y un premio para facilitar la puesta en marcha de las mejores iniciativas presentadas.

Con este programa de trabajo se pretende:

- Fomentar la colaboración público-privada
- Sacar a la luz posibles ideas innovadoras
- Poner en valor el potencial creativo del Valle del Cauca
- Apoya al talento local
- Mejorar la calidad de los productos turísticos disponibles en el Valle del Cauca y en Cali

### Objetivos

El objetivo principal es el dar apoyo a posibles emprendedores turísticos del Valle del Cauca, de la mano de un equipo multidisciplinar de profesionales especializados en diferentes segmentos o productos.

Como objetivo complementarios podemos destacar:

- Incrementar la colaboración público-privada
- Fortalecer el tejido empresarial turístico del Valle del Cauca
- Ofrecer información a emprendedores sobre ayudas, líneas de subvención, etc.
- Fomentar la innovación y la creatividad en el sector turístico
- Mejorar la calidad y la creatividad en el desarrollo de productos turísticos locales

### Propuestas de actuación

**Analizar estado del emprendimiento turístico** en Colombia, en el Valle del Cauca y en Cali. Definir potencial emprendedor de la población local, analizar las herramientas actualmente disponibles para los emprendedores, e identificar gaps que limitan el desarrollo de propuestas de innovación.

Constituir y diseñar un **programa de mentorización** orientado a emprendedores turísticos, conformado por alguna universidad, las asociaciones turísticas (Cotelvalle, Anato, Acodres...) las instituciones (Secretarías, Cali Valle Bureau, ProColombia...) y asesores externos pro-bono (aportando su tiempo de forma desinteresada).

Para ello habrá que **crear un equipo de consultores pro-bono**, que podrían ayudar a alumnos de turismo, como mentores en sus primeros pasos en el mundo laboral.

Buscar **partners estratégicos** que permitan dotar a este programa de recursos financieros. Buscar el **patrocinio** de grandes empresas colombianas o internacionales con fuerte implantación en el Valle del Cauca.

**Desarrollar campañas de comunicación** para dar difusión al proyecto, utilizando entrevistas con el grupo de expertos.

Lanzar un **concurso de ideas** para emprendedores turísticos del Valle del Cauca, con una serie de premios y apoyos para dar visibilidad a su proyecto. Se puede incluso plantear la posibilidad de que los emprendedores ganadores puedan disponer de una zona gratuita de trabajo durante un año en alguna dependencia departamental, municipal o de la Cámara de Comercio.

**Organizar una feria de emprendimiento turístico-cultural-creativo** de Cali, para captar la atención mediática y apoyar el talento regional.

**Línea de apoyo a puesta en marcha de agencias receptoras**, tanto del segmento leisure como del segmento MICE. Es una necesidad el contar con un mayor número de agencias receptoras que sepan trasladar a sus clientes internacionales, experiencias significativas que les ayuden a interpretar el territorio y mejoren la imagen del Valle del Cauca como destino turístico.

### **Indicadores de seguimiento**

- Número de concursos e iniciativas presentadas de emprendedores turísticos
- Número de participantes en estos programas de apoyo
- Calidad de las propuestas presentadas (valoradas por un jurado técnico)
- Número de empresas constituidas a través de los proyectos de mentorización
- Número de nuevas agencias de receptoras operando en el territorio

## **11.- Renovación del paisaje urbano en el centro de las principales ciudades del Valle**

## Descripción

El Valle del Cauca cuenta con un buen número de municipios turísticos que albergan experiencias y actividades de alto valor.

No obstante, en la fase de diagnóstico de este Plan Estratégico se ha detectado que la estética del centro neurálgico de dichos municipios no es muy atractivo, desde el punto de vista turístico.

Los municipios a lo largo del Valle se tienen que volver focos de interés turístico, según los recursos de los que dispongan.

## Objetivos específicos

- Mejorar la imagen de los centros de los principales municipios turísticos del departamento
- Generar una imagen homogénea a lo largo de todo el Valle (en tonos, estilos y símbolos utilizados)
- Destacar el carácter singular de cada municipio
- Dotar a los turistas de información segmentada, en torno a diferentes motivaciones de viaje y productos turísticos demandados

## Propuestas de actuación

**Decoración y ambientación** (con estilo y calidad) de centros neurálgicos de los principales municipios, en torno a elementos identitarios de su territorio. Teniendo en cuenta la sensibilidad y gustos locales de la población del municipio.

**Instalación de paneles informativos** en puntos neurálgicos del municipio con información de recursos y atractivos disponibles en la zona y con información sobre hoteles y restaurantes. Los contenidos tienen que ser atractivos y tener gran presencia de elementos audiovisuales.

**Desarrollo de exposición de fotografía** itinerante sobre los diferentes municipios del Valle del Cauca. Con el objetivo de crear mayor conocimiento y poner en valor los recursos de todo el territorio.

## Indicadores de seguimiento

- Satisfacción de ciudadanos y turistas con la nueva decoración para ambientar los espacios públicos de cada municipio turístico
- Número de paneles informativos instalados

# 12.- Catalogación y ordenación de recursos turísticos

## Descripción

Hoy las tipología de turistas se han multiplicado, encontrándonos con diferentes gustos y necesidades que hay que reconocer, para conseguir alcanzar su satisfacción. Los turistas internacionales son hoy mucho más exigentes, ya que han viajando más y tienen acceso a mucha más información y a valoraciones de otros turistas.

Por otra parte, en la última década han surgido nuevas motivaciones para viajar (como las compras, la gastronomía o los eventos) y se ha generado segmento de demanda nicho, con unas necesidades muy específicas.

Aquellos destinos que quieran mejorar su posicionamiento internacional tendrán que saber aglutinar, ordenar y crear un hilo conductor de todos los recursos y atractivos turísticos presentes en el territorio.

### Objetivos específicos

- Mejorar la segmentación de la oferta, que pueda encajar con diferentes perfiles de turistas y motivaciones de viaje
- Dar a conocer a los proveedores locales argumentos de venta que puedan usar es su captación de turistas internacionales
- Poner en valor recursos y atractivos poco conocidos que encajen con la demanda internacional
- Sacar a la luz recursos que no estaban catalogados y que ayudan a enriquecer la oferta

### Propuestas de actuación

**Creación de grupo de trabajo** para analizar la oferta disponible en diferentes productos turísticos (cultural, naturaleza, turismo activo...).

Creación de **Manual de Ventas** con detalle de todos los recursos disponibles en cada segmento o productos turísticos, a lo largo del territorio.

**Adaptación de canales de comunicación y marketing** para dotarlos en información más segmentada en torno a motivaciones de viaje y tipologías de turistas.

**Creación de materiales divulgativos** (preferiblemente en formato digital) para ofrecer conocimiento a toda la cadena de valor turística sobre los recursos disponibles en el territorio.

**Diseño de concursos y competiciones** (online) que permitan mejorar el conocimiento del territorio por parte de los trabajadores del sector turístico.

**Generación de rutas temáticas** que engloben recursos turísticos relacionados con cierta temática de interés turístico, como el legado patrimonial, gastronomía, experiencias de aventura...

## **Indicadores de seguimiento**

- Rutas temáticas diseñadas
- Adaptación de los contenidos en canales de comunicación y marketing en torno a nuevas motivaciones de viaje y tipologías de turistas

# **13.- Digitalización de la oferta**

## **Descripción**

El turismo es un sector donde los principales canales de información y ventas se han vuelto online. Aunque otros canales como las agencias de viaje presenciales (las tradicionales) todavía tienen su espacio en el mercado, este cada vez va a ser menor.

Hoy la proliferación de canales de información sobre destinos y de canales de venta en el mundo online, hace necesario que los propios destinos, los hoteles, las empresas de tours, los restaurantes, las agencias receptoras y el resto de proveedores turísticos, tengan que mejorar su visibilidad online y su estrategia para más captar turistas a través de ese canal.

La relación con el turista se ha hecho más directa y no vale con depender en canales de intermediación. Hay que tener un canal potente de relación con nuestro cliente final, que nos permita mejorar la rentabilidad para nuestro negocio (al no pagar comisiones de intermediarios) y conocer mejor las necesidades de nuestros clientes, que nos ayudará a fidelizarlos.

El Valle del Cauca tiene un sector turístico poco integrado en el ecosistema digital mundial. Los sitios webs de los principales destinos y recursos turísticos son muy básicos y no están nada adaptados a las necesidades de los turistas internacionales.

Hoy en día los destinos tienen que trabajar en incentivar que todos los eslabones de la cadena de valor entiendan la importancia del canal online y les ayuden a desarrollar estrategias y poner en marcha herramientas tecnológicas, que les permitan mejorar su posicionamiento en Internet.

## **Objetivos específicos**

- Mejorar presencia de cadena de valor en entorno digital
- Mejorar los contenidos promocionales generados por los diferentes proveedores turísticos, alineándolos en torno a la estrategia definida para el destino

## **Propuestas de actuación**

**Desarrollo de acciones formativas específicas** para mejorar el conocimiento de las empresas locales sobre posicionamiento online de pequeñas y medianas empresas turísticas:

- Analítica web – Funcionalidades y posibilidades de Google Analytics
- Campañas SEO SEM
- Campañas SMO SMM
- Google Adwords

**Línea de asesoramiento técnico** para consultas puntuales de profesionales que quieran mejorar su sitio web.

**Colaboración con Google Activate** para desarrollar los cursos que esta empresa ofrece de forma gratuita sobre Marketing Online con trabajadores turísticos del Valle del Cauca. Más info en: <https://www.google.es/landing/activate/home/>

Desarrollo de **talleres de trabajo** sobre la **generación de contenido** en el sector turístico – **storytelling**.

#### **Indicadores de seguimiento**

- Incrementos de visitas a las webs de empresas turísticas
- Integración de los contenidos generados por proveedores turísticos locales con la estrategia turística definida

## **14.- Campañas que mejoren la competitividad de los operadores turísticos presentes en el territorio**

### **Descripción**

El éxito de un destino turístico depende en buena medida de la calidad de la experiencia de los turistas que lo visitan, que depende mucho de la profesionalidad y competitividad de los operadores turísticos que gestionan estos turistas.

### **Objetivos específicos**

- Incrementar el grado de formalización de las empresas del sector turístico
- Generar productos turísticos experienciales ligados a los elementos singulares y diferenciales del territorio
- Adaptación de productos y servicios turísticos a los gustos y necesidades de la demanda internacional
- Mejora en los contenidos promocionales generados por las empresas de la cadena de valor turística

### **Propuestas de actuación**

**Campañas de concienciación** sobre la necesidad de formalización en el sector turístico.

**Talleres de trabajo** específicos para mejorar la generación de producto turístico, más adaptados a las exigencias de la demanda internacional.

**Generación de incentivos y estímulos** a la creación de tours, actividades y experiencias singulares, que destaquen por su calidad y por resaltar la autenticidad del destino.

Creación de **incentivos en marketing y promoción** a empresas innovadoras que desarrollen productos singulares y altamente segmentados.

### **Indicadores de seguimiento**

- Incremento del número de empresas turísticas formalizadas
- Incremento del porcentaje de empresas del sector turístico formalizadas
- Generación de nuevos productos turísticos más adaptados a exigencias internacionales
- Mejora en la satisfacción de los turistas (valorado por las encuestas desarrollados con ellos)