

**DISEÑOS DE ESTRATEGIAS QUE PERMITAN EL MEJORAMIENTO DEL
SERVICIO AL CLIENTE EN LOS TOURS EN CHIVA DE CARTAGENA**

**CARLOS FERNÁNDEZ ANILLO
INYIRIBETH RINCÓN MARTÍNEZ**

**Monografía para optar al título de
Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**Fundación Universitaria Colombo Internacional
UNICOLOMBO**

Cartagena de Indias

2016

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Dedicatorias

Inyiribeth Rincón Martínez. Dedicado a Dios por ser mi fortaleza; a mi madre Margenida Martínez Urieta por su paciencia incondicional; a mi padre Néstor Rincón Gómez por su fuerza; a mi ternurita Simone Enrique Fernández Rincón , el hijo que Dios me regalo para tener fuerzas nuevas y seguir adelante, a mi pareja sentimental, compañero de clases, Carlos Fernández Anillo quien me ha apoyado en todos los aspectos.

Carlos Fernández Anillo. Dedicado a mi madre, Marta Anillo Arrieta, quien partió de esta tierra. A mi pareja Inyiribeth Rincón Martínez quien ha dado todo de si por este logro. A mi precioso hijo, fortaleza de mí, Simone Enrique Fernández Rincón.

Agradecimientos

A Dios por ser nuestra fortaleza en todo tiempo.

Nuestros familiares por estar ahí.

A nuestro asesor Jhon Ricardo Castro por toda su paciencia y correcciones.

Las chivas que hacen parte de las actividades turísticas de nuestra Cartagena.

Fundación Granito de Paz por ser puente para seguir preparándonos académicamente

Al Centro Colombo Americano por ser la que ha hecho parte de grandes logros.

A nuestra ciudad heroica, Cartagena de Indias, por ser un contexto desde el cual se hace el conocimiento.

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	7
1. Planteamiento del Problema.....	9
2. Justificación.....	11
3. Objetivos	13
3.1. General	13
3.2. Específicos	13
4. Antecedentes	14
5. Marco Referencial	17
5.1. Marco Teórico-Conceptual	17
6. Diseño Metodológico	28
6.1. Metodología	28
6.2. Tipo de Investigación.....	28
6.3. Técnicas e Instrumentos	29
7. Análisis Cualitativo y Explicativo de la Información	31
7.1 Análisis de la Información Arrojadas por los Trabajadores del Tour	32
7.2 Análisis de la Información Arrojada por los Turistas	35
8. Resultados	40
9. Diseño de Estrategias	45

Conclusiones	49
Referencias Bibliográficas	51
Anexos.....	53

Introducción

Cartagena, una de las ciudades del Caribe colombiano más visitadas por un gran número de personas que proceden de distintas partes del país y del mundo.

Sus playas, ubicación, permanencia en algunas estructuras de un estilo colonial, y por ende, sus cautivadores sitios turísticos es motivo para qué miles de personas concurren a ella en temporadas de vacaciones y aun, fuera de estos periodos.

Precisamente, parte de estas razones, son las diferentes actividades turísticas que se ofrecen en la ciudad con el fin de seguir atrayendo adeptos y manteniendo una economía estable para la misma. Una de estas actividades son los tour de chivas que pretenden satisfacer una de las perspectivas de los turistas: conocer a la exótica ciudad de Cartagena, y obviamente, pasar un rato agradable, divertido y “diferente”.

Ahora bien, lograr que quien desea los servicios en chivas pueda agradarse por completo de lo que allí se ofrece, es un asunto que prima o por lo menos debe interesar a las empresas prestadoras de los bienes y servicios que se ofrece desde la actividad económica como lo es el turismo.

Cartagena es elogiada por la presencia de muchos turistas y los elementos culturales que la colocan como una de las ciudades más importantes de Colombia ya que en ella se forma la historia y parte de la identidad cultural de la nación.

Por otra parte los tour en chivas se han convertido en otra forma de actividad turística como una manera de divertirse y a la vez les permite conocer los elementos que identifican a Cartagena como una ciudad turística, y es allí donde surge que muchas de las empresas

prestadoras de este producto turísticos han demostrado que existen fallas en la prestación del servicio.

En la elaboración del diseño de la estrategia que ayuden a prestar un mejor servicio a los turistas y a la vez permitan implementar alternativas para el mejoramiento de la promoción turística en los tour en chivas.

1. Planteamiento del Problema

Cartagena es una de las principales ciudades más importantes de Colombia en el sector turístico; y en los últimos años, ha sido una de las más visitadas por extranjeros y personas del interior del país. Gracias a su estructura colonial, sus murallas, historia, cultura y demás, hacen de ella un excelente destino. (Upegui., 2013, pág. 6)

Los servicios de tours en chivas son importante y significativos en el turismo de la ciudad de Cartagena ya que son reconocidas por su popularidad y por los pintorescos y llamativos colores, los músicos que los acompañan en el recorrido hacen de este una fiesta en donde ofrecen bebidas y un recorrido por los sitios turísticos de la ciudad, haciendo una parranda para degustar las comidas típicas de la ciudad y terminando la noche en una discoteca.

Por cultura y tradición, se han mantenido las chivas como un elemento original de la condiciones para preservar su originalidad en la ciudad, pero se sabe en base a las encuestas realizadas preliminarmente que las personas que operan este tipo de tours como conductores, guías, animadores entre otros, no tienen una formación académica la cual les permita ofrecer este servicio de una mejor manera. Entre otras cosas, unas de las deficiencias encontradas en las personas prestadoras del servicio, es que no cuentan con los estudios específicos sobre los idiomas, carecen de cultura general tales como: la historia de la ciudad y de cada monumento histórico, los nombres de las calles, entre otros, por consiguiente, no le dan la importancia que en realidad merecen los turistas, causando en ellos un impacto negativo el cual va a generar una decadencia en todo el turismo local de la ciudad de Cartagena.

Todos estos inconvenientes demuestran una monotonía que los turistas terminan presenciando; en otras palabras, la “recreación” hace del tour algo aburrido y muy poco creativo.

Por esto, es necesario crear estrategias que mejoren el servicio de chivas a los turistas, encaminados a que las diferentes empresas prestadoras del servicio cuenten con una serie de soluciones y de mejores perspectivas antes, durante y aun después de los distintos recorridos en la Cartagena turística.

2. Justificación

Actualmente la Ciudad de Cartagena se ha convertido en un destino turístico atractivo, para turistas extranjeros y locales, ya que en ella se encuentran un sin números de elementos culturales y sitios de interés que motiva a prestar este tipo de actividad turística.

Esta es una manera de mostrar la panorámica de Cartagena desde los sitios más importante y representativo de la ciudad el tour en chivas, como otra manera de hacer más recurrente la visita a la ciudad. Cartagena cuenta con puntos estratégicos como la cercanía que tiene de las playas los lugares coloniales y demás atractivos turísticos.

Este proyecto de investigación, se realizó con el fin de determinar claramente las falencias que tiene el servicio de tours en chivas ofrecido en la ciudad de Cartagena y de qué forma poder mejorarlas.

Es evidente que estas mejoras buscan un impacto positivo en el sector turístico de Cartagena, y más específicamente en el tema que ya hemos venido tratando. Para mayor aclaración de las distintas soluciones se pretende diseñar un propuesta del mejoramiento del servicio del tour en chiva; es pues necesario mencionar que el descontento empezaría a mitigarse en los diferentes pensamientos que han surgido para acabar con un servicio que hace parte del corazón de la ciudad, por cuanto su situación geográfica y su forma estructural lo ameritan.

Además, la ciudad se beneficiara a futuro con el aumento de este tipo de actividad ya que se acentuaría mayormente el flujo de turistas interesados en realizar este tipo de tour, al mismo

tiempo, habría más empleo en la ciudad, estabilidad económica, el sustento de diversas necesidades para quienes ejercen esta labor, y el crecimiento económico para el sector turístico.

3. Objetivos

3.1. General

Diseñar estrategias que permitan el mejoramiento del servicio al cliente en los tours en chiva de Cartagena, teniendo en cuenta las debilidades y amenazas que presentan actualmente.

3.2. Específicos

1. Identificar cuáles son las agencias prestadoras del servicio turístico.
2. Caracterizar cuáles son las agencias prestadoras y personas naturales que ofrecen el servicio de tour en chivas.
3. Diseñar estrategias que permitan fortalecer el servicio al cliente.

4. Antecedentes

Después de una búsqueda en bibliotecas e internet, no se encontró a nivel Cartagena investigaciones que antecedan a esta con respecto al tema del servicio al cliente de las chivas en la ciudad, sin embargo, periódicos locales como el Universal han mostrado noticias tituladas así: *Chivas vs “doble pisos”*, esta evidencia hacía referencia al cambio de chivas por unos modernos buses doble piso con audio guías incorporados en el que personas no tendrán que soportar el estruendo de un tambor o de un conjunto musical cuando quieren concentrarse al entender y recordar lo que ve. A causa de esto se realizaron una protesta pacífica para que no los excluyeran al momento de prestar sus servicios. Benjamín Vélez, presidente del gremio, le dijo a la periodista del Universal que: “en ninguna parte hablan de nosotros, durante 30 años el Ministerio de Transporte nos adoptó como servicio especial. (UNIVERSAL, 2013, pág. 5)

En Tripadvisor, un sitio virtual desde el que se reservan viajes, hoteles y que además recibe comentarios positivos y negativos sobre el servicio al cliente. En lo que respecta a Cartagena, estos fueron algunos de los comentarios que han dejado a las personas que visitaron la ciudad y realizaron tours en chivas:

“promete más de lo que es...”

Escribió una opinión el 8 febrero 2015

El paseo es divertido... los músicos que me tocaron en la chiva para supuestamente animar había que darles animo porque estaban cansados y faltos de ganas... solo les interesaba terminar para cobrar. La bebida que supuestamente es free durante el paseo es escasa y de pésima calidad... te abre la garganta y te quema es esófago. Los lugares que se visitan son los clásicos y ya los habíamos recorrido por nuestra cuenta. Esperaba realmente más. Lo mejor es las ganas de pasarla bien que le pone la propia

gente que va en la chiva. Ellos poca actitud y cero ganas. Si solo vas a estar una o dos noches en Cartagena subiste a la chiva así al menos te llevas una idea de su vida nocturna. Pero no esperes demasiado.

“Tedioso y aburrido”

Escribió una opinión el 17 febrero 2015

Contratamos el paseo nocturno durante la tarde y nos citaron en la Torre del Reloj a las 20 hs, lugar desde donde partía la chiva. Nadie apareció hasta una hora después. Al subir, nos dieron una botella de Cola y otra de ron cada 4/5 personas y de ahí en más, el paseo consistió en pasar a recoger pasajeros por los diferentes hoteles, mientras un grupo tocaba vallenato. Después de aproximadamente 2 horas nos llevaron hasta la muralla, donde nos dieron una arepa a cada uno y subimos a bailar unos 10 minutos junto a los pasajeros de otras chivas. Esto fue lo mejor del paseo, el resto resultó tedioso y aburrido. Pero el colmo de todo esto fue la actitud del guía, quien, además de malhumorado, al final del "viaje" nos pidió propina.

“Les falta organización.”

Escribió una opinión el 5 marzo 2015

Me citaron a la 1: 40 pm porque supuestamente salía la chiva a las 2, lo que no me dijeron era que todavía andaríamos dando vueltas por Bocagrande casi por hora y media recogiendo y esperando pasajeros, no cumplieron la ruta completa que nos habían ofrecido porque claro que el tiempo no les alcanzó. Es buena opción (más no la única) para ir a lugares lejanos como convento de la popa y fuerte San Felipe.

“Pasarán la noche más divertida de su vida”

Escribió una opinión el 9 marzo 2015

Los recogen en el hotel, hacen un recorrido por las zonas más lindas de Cartagena al atardecer con una banda tocando en vivo y con bar libre (ron y coca cola). Hacen concursos de baile y actividades divertidísimas. Sugiero lo hagan con José Cervantes, el guía más divertido del mundo Si andan por las bóvedas y se cruzan con las chivas sentirán los gritos de la gente aclamándolo. No pueden perderse esta experiencia. Recomendando no ir con chicos dados que el camión frena todo el tiempo y en la segunda vez que la hice, uno se lastimó. (Tripadvisor, s.f., pág. 8)

Si bien es cierto en los anteriores comentarios, muestran una serie de indiferencias e insatisfacciones de parte de los clientes con respecto al servicio de tours en chivas en la ciudad de Cartagena. Queda claro que la presentación de los mismos en este trabajo evidencia las pocas propuestas que han surgido para desarrollar el tema, por cuanto los antecedentes son casi que nulos.

5. Marco Referencial

5.1. Marco Teórico-conceptual

Históricamente el turismo es una actividad económica, que muestra el interés de personas por conocer los elementos culturales que hacen parte de la un sitio específico este es el caso de la ciudad de Cartagena en donde se desarrolla este tipo de actividad turística, el tour en chiva, como una actividad económica que le permite a las persona pasar por cada uno de los lugares de esparcimiento y a la vez conocer la historia de la ciudad .

A través de la transportación de persona de un lugar a otro por el interés motivacional de conocer y pasar por sitio autóctonos de la ciudad , surge la actividad económica , el turismo el cual se define: “Como el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio” (concepto.d, 2015, pág. 3)

El turismo como actividad económica se da como un intercambios cultural teniendo en cuenta las necesidades y deseos de los turistas de conocer el lugar motivados por el interés de visitar y a la vez se realiza un intercambio cultural de los mismo mediante proceso de comunicación para satisfacer una necesidad que es la diversión y el placer por estar en lugar determinado.

El servicio de Transporte Turístico consiste en el traslado de turistas por diferentes atractivos turísticos que cuenta la ciudad y es por esto que surge las tour en chivas como una forma

estratégicas de pasar un tiempo de diversión que a la vez garantice la seguridad y comodidad de los pasajeros durante la vista por la ciudad.

Los atractivos turístico de la ciudad de Cartagena se remonta a la época colonial en donde se muestra a la ciudad como patrimonio histórico la cual enmarca los proceso que hicieron parte de la conquista y por ende independencia, históricamente de Cartagena

La historia de la gran ciudad que recibía buena parte del comercio de Indias. La bahía de Cartagena se muestra en el túnel del tiempo, antes durante y después de la Guerra de Asiento, en la que Vernon trató de invadir la plaza y Blas de Lezo rechazó el ataque. Pero desde la propaganda a los usos militares, los mapas siempre se fijaron en esta hermosa urbe. La «Ciudad Amurallada», fue declarada Patrimonio Nacional de Colombia en 1959 y por la Unesco Patrimonio de la Humanidad en 1984. Aquí mostramos cartas desde mediados del siglo XVI hasta bien entrado el XIX. Un precioso patrimonio histórico y artístico que merece un viaje detallado por las líneas del tiempo (Zuca, 2014, pág. 5)

Es por esto que la ciudad de Cartagena se muestra para los turista como una ciudad colonial ya que en ella encontramos elementos culturales de gran importancia es por esto que se ha convertido en un lugar potencial de desarrollo turístico, y de allí nace la necesidad de satisfacer la demanda turística a través de tour en chiva como una manera ágil de conocer y apropiarse de las características culturales de Cartagena .

Es de gran importancia destacar que los turistas que visitan nuestras ciudad cuando llegan necesita de un buen servicio que puedan satisfacer sus necesidades y que a la vez los hagan sentir bien y acogedor en cada uno de los lugares visitados y es de allí donde nace los tour en chivas.

Las chivas se definen como un transporte público artesanal a una atracción turística y cada día se adaptan más chivas como buses turísticos en Ecuador y Colombia. Al principio se utilizaban las chivas tradicionales campesinas para movilizarse entre varias discotecas en una sola noche. Durante el recorrido, una papayera que se hacía en las bancas de atrás proveía la música. (Wikipedia, 2015, pág. 8)

Es por este que las chivas se convierten en un producto turístico en donde se incluyen recursos y atractivos que motivan a los turistas a venir a la ciudad y a la vez disfrutar de los elementos que hacen parte de la arquitectura de Cartagena, como un producto turístico ofrece todo los itinerarios que se encuentran en las chivas.

Middletown (1995): Por lo tanto el producto turístico debe ofrecer un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, dentro de las cuales, la primera mencionada debe satisfacer las necesidades básicas del turista, mientras que la segunda está arraigada al significado y valor simbólico concedido por el turista hacia el lugar visitado.

En las tres definiciones se llega a un denominador común, el cual es tomar al producto turístico como un conjunto de bienes y servicios a disposición de los turistas como consumidores. Ya sea que varíen en conceptos o que se agreguen nuevas relaciones hacia otros agentes, la definición del concepto: "*Producto Turístico*" dentro del enfoque de demanda tendrá el mismo trasfondo". (Castro, 2011, pág. 2)

Los tour en chivas han surgido para dar respuestas a mercados turísticos que le ofrece al público momentos a menos los cuales los motiven a conocer la identidad cultural de la ciudad.

Definición de Chivas. De manera general, las chivas son consideradas como un medio de transporte público; sin embargo, cuando nos acercamos a los contextos más aledaños a nuestra realidad como es el caso de Cartagena, entendemos que es una atracción turística desde la cual se

busca múltiples propósitos: rumba, paseo, diversión, parranda, música, conocimiento cultural, etc. Como bien se describe en una noticia publicada en (Ambito Financiero, 2013, pág. 4)

Estos viejos autobuses con techo y sin ventanas circulan llenos de gente por las ciudades de Cartagena, Bogotá, Cali y Medellín y los pasajeros amenizan el recorrido por los principales puntos turísticos con música popular y en ocasiones alguna botella de ron y aguardiente. (Ambito Financiero, 2013, pág. 4)

Con el pasar del tiempo este medio de transporte se ha propuesto contar la historia del lugar donde el turista va pasando, que la memoria del mismo sea visualizada a través de algo que están viendo y contemplado sus propios ojos, esto es, todos los paisajes por donde se transporta la chiva: “Sus carrocerías de metal y madera han inspirado a artistas populares que las utilizan como lienzos, y registran los más bellos paisajes nacionales” (Ambito Financiero, 2013, pág. 4)

Desde este punto de vista, hay muestras en el *Periódico Ámbito Financiero* descritas de la siguiente manera:

Aunque hay poca documentación sobre este vehículo, se sabe que la primera "chiva" nació en 1913 en la región de Antioquía, de la que Medellín es capital, y que este sistema fue por años el único medio de transporte de personas y mercancías entre los recónditos pueblos empotrados en las montañas colombianas. Después de llevar enormes bultos de papa, banana y hasta gallinas vivas, algunas "chivas" fueron fagocitadas por la industria turística y recibieron el apellido de "rumberas"; otras traspasaron las fronteras como icono de Colombia y quedan decenas en el suroeste del país como único medio de transporte para comunidades indígenas. (No vamos a desaparecer las chivas: Ministerio de Transporte, 2013, pág. 3)

El inicio de la uso de las chivas en Colombia es de gran importancia para el tipo de actividad que se realizaba anteriormente ya que era un medio de transporte en el que beneficiaba la sociedad, para tal fin la chivas forman parte de lo que se conoce como

comercio, en donde era necesario llevar la mercancía de un lugar a otro con la finalidad de cumplir con lo requerido en la actividad mercantil.

Dentro de los proceso de culturalización que ha venido pasando Colombia cambio la connotación de la chivas por el uso de otros medios de transportes que en cierto modo fueron reemplazando a las chivas, hasta el punto de utilizar diversos medio de transportes para poder realizar la actividad comercial dentro de la sociedad.

Es por esto que las chivas cambian de uso ya que se implementan una serie de modalidad desde los parámetros establecido por parte del ministerio de transporte en donde las chivas no cumplen y sale de circulación y se convertirse en medio transporte para la utilización de la actividades turísticas pasado a ser uno de los atractivos significativo de la ciudad de Cartagena .

Pero el Gobierno parece desconocer todo este bagaje histórico y cultural. El servicio público de transporte terrestre en esta modalidad será prestado en automóviles, camperos, camionetas microbuses, busetas y buses y no se podrá realizar en vehículos escalera (chivas), reza el comunicado del Ministerio de Transporte. Y continúa al señalar que las empresas de Servicios Especiales de Transporte Público Terrestre Automotor de Pasajeros no podrán vincular a su parque automotor bajo ninguna forma contractual vehículos provenientes de otra modalidad de servicio. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se ofreció para mediar entre sus colegas de Transporte y los operadores turísticos, que reivindican las "chivas" o "buses escalera" como elementos que forman parte del patrimonio cultural del país. Los propietarios de "chivas" turísticas de Cartagena reiteraron que la intención de prohibirlas es algo que realmente ha caído muy mal porque es un servicio de muchísima tradición con una cantidad de situaciones alrededor, a nivel de empleos y de familias.

Sólo en Cartagena hay 21 "chivas" de 13 dueños que generan alrededor de 60 empleos directos y no menos de 2.000 indirectos entre músicos y vendedores

ambulantes, entre otros. Si bien el daño llegaría a todas las ciudades que usan las "chivas" como una atracción turística, en Cartagena el daño sería mayor al tratarse de la ciudad que más depende de esta industria, en una sociedad en la que el 60% de la población vive bajo el umbral de la pobreza y las fuentes de empleo formal son muy escasas. (Ambito Financiero, 2013, pág. 3)

Es decir se puede considerar que las chivas son según datos del periódico *El Comercio* de Perú, se revela que esta actividad turística en nuestro país ha sido llevada como propuesta para desaparecer, el decreto 174 de 2001 del Ministerio de Transporte muestra un reglamento que prohíbe la circulación de las populares chivas. Sin embargo, inmediatamente las reclamaciones del director ejecutivo de la Asociación de Propietarios de "Chivas" Turísticas de Cartagena de Indias de ese tiempo, Juan Carlos Pérez, se hacen manifiestas: "dijo a EFE que el gremio no entiende cuál podría ser la causa para impedir su uso, y reclamó explicaciones". (Comercio, 2013, pág. 5)

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimientos, por ejemplo los mercados, ya que en estos había más variedad de productos. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente. Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos.

Dentro de los proceso encontrados en la actividad turística se encuentra como está caracterizado el servicio que se le presta al cliente en este caso al turista y la manera como este se encuentra inherente a la calidad y el bienestar del mismo.

En relación a este punto se afirma que, entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto. (Julio, 2011, pág. 2)

Puntos en común de las empresas orientadas al servicio al cliente.

Para este punto tenemos que; *Todas las empresas que manejan el concepto de servicio al cliente tienen las siguientes características:*

- a) Conocen a profundidad a sus clientes, tienen, de ellos, bases de datos Confiables y manejan sus perfiles.
- b) Realizan investigaciones permanentemente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.
- c) Tienen una estrategia, un sistema de servicio a sus clientes.
- d) Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de satisfacción.
- e) Toman acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- f) Participan sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.
- g) Diseñan estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la Participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores. (Julio, 2011, pág. 2)

Tour Operador

Dentro de organización que hace parte de los tour en chivas se determina como actividad comercial el tour operacional el cual consiste en diseñar y promover paquetes, y productos con el fin de brindar servicios turísticos a personas que viene a la ciudad dentro de los cuales se encuentra a fin de ofrecer una calidad en la estadía en la chiva dentro del tour operacional se encuentra los lugares , la bebida , la comida y demás actividades mercantiles el tiempo, el paseo, el valor de la alimentación.

Es por esto que se hace necesario la implantación de un plan de negocios con una serie de formato en los cuales se encuentre los paso a seguir para mejorar las actividad turística que se genera en los tour en chivas .

En este apartado vamos a contemplar conceptos y definiciones de Tour operador.

El ser humano ha viajado desde tiempos inmemorables en búsqueda de alimento, por motivos religiosos o de peregrinación, a raíz del comercio, a causa de las guerras, por el simple de deseo de explorar y descubrir y motivados por el ocio. El pionero en la organización de viajes fue Thomas Cook, porque en el año de 1841 organizó una conferencia de anti-alcohólicos por 15 centavos dólar, entre Loughborough y Leicesteren.

A raíz del éxito que tuvo, la Midland Railway Company le encargó planificar y realizar excursiones para los miembros de las sociedades anti-alcohólicas y para los niños de la Sundayschool durante los meses de verano durante 1842 -1844. Hecho que trajo como consecuencia el nacimiento de la primera agencia de viajes, cuyo nombre fue Thomas Cook and Son. (Trabajo Academico de tour operador, 2013, pág. 2)

Transporte

El transporte en chiva es una de los elemento muy importante que hacen parte de la actividad comercial dentro del turismo y es la forma más importantes en donde se establece la forma en las que las personas se traslada de un lugar a otro a fin de satisfacer diversas necesidad en las cuales es el turista que se hace partícipe de cada una de las actividades y eventos que ofrece un tour en chiva

Históricamente el transporte es el medio que contribuye a que se realice la actividad turística y es la forma en donde se requiere la inclusión del turista, con los elementos culturales del lugar de destino, es por esto que la chivas hacen parte de un potencial fuerte que guía los procesos de interacción cultural. (Julio, 2011, pág. 2)

Servicio al Cliente

La atención al cliente es la forma como opera las circunstancia y la interacción entre el turista y la actividad económica, esta se guía bajo parámetro que hacen posible la relación entre lo que se le ofrece al cliente en este caso a los turista y como se evidencia en los que se requiera para la atención valla acorde con la necesidad de los turistas .

El servicio al cliente en el tour en chiva van de acuerdo a lo que se necesita para sede un buen servicio de calidad en donde lo que se necesita en es el cliente para que se sienta conforme, con los que se le ofrece sea mejor.

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimientos, por ejemplo los mercados, ya que en estos había más variedad de productos. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente. Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos. (Julio, 2011, pág. 2)

Características del Servicio al Cliente.

Dentro de las características más comunes se encuentran las siguientes:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto. (Julio, 2011, pág. 2)

Todas las empresas que manejan el concepto de servicio al cliente deben tener las siguientes características:

- a) Conocen a profundidad a sus clientes, tienen, de ellos, bases de datos Confiables y manejan sus perfiles.
- b) Realizan investigaciones permanentemente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.
- c) Tienen una estrategia, un sistema de servicio a sus clientes.
- d) Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de satisfacción.
- e) Toman acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- f) Participan sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.
- g) Diseñan estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la Participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores. (Julio, 2011, pág. 2)

6. Diseño Metodológico

6.1. Metodología

La investigación es de tipo descriptivo exploratorio con la finalidad de analizar los elementos que hacen parte del tour de la chivas en la ciudad de Cartagena, por esto fue necesario la utilización técnicas de investigación a través de la observación y recolección de información guiadas por las fuentes primarias y secundarias en donde esta inmensa la actividad comercial de tour en chivas.

6.2. Tipo de Investigación

Investigación: Descriptiva

Por cuanto se basa en la recolección de información y su posterior análisis a fin de presentar un panorama sobre el estado actual de la prestación del servicio de transporte turístico de chivas en la ciudad de Cartagena. El manejo de la información permitió un análisis cuidadoso del tema a partir de la elaboración de los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos, los cuales fueron analizados con variables cualitativas y cuantitativas.

Es de vital importancia comprender que en la ciudad de Cartagena por sus afluencia culturales demuestra ser un sitio de interés en donde es un punto de encuentro de la población que se guía por el interés de conocer los elementos culturales de la ciudad.

Es por esto que en la realización de este estudio se hizo necesario conocer las características de población de los turistas que visitan la ciudad y por ende las personas que prestan el servicio de tour en chiva.

Para la obtención de la información del tour se utilizó dos fuentes de datos:

→ Fuentes de datos primarios: realización de encuestas personales (entrevistas), observación directa, diálogo con las personas que prestan el servicio de chivas en Cartagena lo cual se podría determinar el comportamiento de los turistas con respecto a la utilización de las chivas como un medio de diversión.

→ Fuentes de datos secundarios: Datos demográficos, geográficos y Socioeconómicos de turistas que visitan la ciudad a fin de poder satisfacer la necesidad de sentirse bien en la ciudad de Cartagena.

6.3. Técnicas e Instrumentos

Para este punto se tuvo en cuenta los comentarios de los turistas sobre el tour en chivas de la ciudad de Cartagena que se pudieron encontrar en la página de TripAdvisor y Agencia Opitours.

La Observación directa

En ella se buscó detallar como se realiza la actividad económica del tour en chiva se determinó que no existe una planeación de un itinerario y no existe un cronograma definido

Encuestas

Se pudo determinar cuáles son las personas interesadas en usar el servicio y las veces con que frecuencia son utilizados.

Entrevistas

En ellas se determinó el inconformismo de las personas ya que dicen que no se narra la historia y que las personas encargadas de la actividad no son culta y no presta un buen servicio.

7. Análisis Cualitativo y Explicativo de la Información

Luego de haber hecho un análisis por los apartados de este trabajo que nos revelan diferentes factores en torno a una de las actividades turísticas más apetecidas de la ciudad de Cartagena como bien lo son los tour en chivas. A continuación se realizó una interpretación de cada uno de los datos plasmados en los anteriores cuadros.

Si bien es cierto la investigación es la forma que nos lleve al conocimiento debe estar basada en un método que más encaje en la estructura y avance de la propuesta. En este caso, el análisis de la información estará basado en el método cualitativo, precisamente se busca describir los comportamientos, hechos, maneras de pensar, etc. de las personas, así, una de las técnicas utilizadas en este trabajo fue la entrevista, herramienta por medio de la cual logramos la recolección de la información sintetizada en los anteriores esquemas.

Para la búsqueda de la información nos basamos en dos tipos de encuesta con 10 preguntas, la primera, va dirigida al personal de trabajo en los tour, estos son: choferes, animadores y guías, la segunda, fue hecha a los diferentes turistas que buscan disfrutar de un día afable por medio del tour. Los dos tipos de encuesta están elaborados con diez preguntas desde las cuales conocemos edades, afinaciones, gustos, insatisfacciones y maneras de pensar hacia los tour ofrecidos en la heroica Cartagena. Ahora bien, para ser más exactos, entremos en la profundidad de análisis de la información ya antes mencionados.

7.1 Análisis de la Información Arrojadas por los Trabajadores del Tour

Según el cuadro # 1 (Ver en Anexo Pág. 53) desde el cual se sintetiza la información suministrada por el personal que trabaja en los tours, nos encontramos personas divididas de la siguiente manera: 6 choferes, 3 animadores y un guía.

Dentro de los cuales, la primera pregunta respondió el 99% de ellos que tienen un horario continuo de trabajo, por supuesto con cambio de trabajadores luego de media jornada. Solo uno (chofer) manifestó un horario de media jornada, podríamos decir que solo hablaba por el horario que el cumple, es decir, de 12: 00 pm a 08: 00 pm.

En lo que respecta a la empresa les exigieron a los trabajadores algún conocimiento en algún área específica (preguntas #2 de la encuesta). Los 6 conductores coincidieron en tener licencia de conducir, a lo que concluimos que se referían a saber manejar. De los animadores y el guía mayoría enfatizó esta vez en el manejo de personal, servicio al cliente e inglés básico.

Habiendo entrado en la tercera pregunta que se refiere a si los trabajadores manejan un idioma alterno al nativo, los choferes respondieron que solo el español es dominado por ellos. Por su parte, y paradójicamente no todos respondieron positivamente a esta pregunta. Es decir, si en la anterior dijeron que les exigían por lo menos el inglés básico ahora nos encontramos con que no todos lo manejan. Estamos pues ante un tipo de requisito que pide la empresa pero que al momento de contratar personal abrogado por algunas personas al solo dominar la lengua española.

En lo que respecta a la quinta pregunta de la encuesta alude al conocimiento de parte de los trabajadores de la capacidad de personas que tienen las chivas. A esta pregunta los choferes, animadores y guía variaron en sus distintas respuestas. Primero el 99% respondieron que las

chivas tienen una capacidad entre 54 y 60 pasajeros; el otro manifestó estar entre los 46. Segundos y del guía, hallamos un alcance de 50, 54 y 60 personas.

De lo anterior en primera instancia, que no todos los trabajadores tienen el conocimiento exacto de la capacidad de las chivas si aludimos para todas un tamaño estándar. Como segunda momento, una capacidad para un número de personas que oscilan entre los 50 y 60 es muestra de una gran cantidad de personal que ingresan en cada chiva lo que de antemano visualiza un gran trabajo de parte no solo de los choferes sino aún más enérgico para los animadores y guías, encargados efectivamente de la responsabilidad que el cliente deba y pueda sentirse totalmente satisfecho con el servicio que se está ofreciendo.

Ahondando ahora en la quinta parte de este esquema de encuesta, desde donde podemos saber si la empresa que esta brindado alguna capacitación en especial a sus diferentes trabajadores a lo que exactamente la mitad de ellos (entre los choferes y animadores) respondieron que en ninguna manera esto se ha hecho realidad. Por su parte la mitad (aquí se incluye al guía respondieron que solo les han capacitado en servicio al cliente.

Siendo así los trabajadores se están enfrentando a un oficio en el que es completamente necesario el conocimiento y la puesta en práctica del servicio al cliente como herramienta para no solo saber relacionarse con el personal, sino que además este último se van con la satisfacción de ser bien atendido y de querer prestar una vez más el mismo servicio.

Si bien podemos notar que la agencia que contrata pide a los trabajadores un conocimiento en especial, dentro de ellos según las respuestas de los trabajadores entendemos que el servicio al cliente es esencial. ¿Qué pasa entonces con aquellas personas que no tienen conocimiento en esta área pero que de igual manera son contratadas? Es obvio que deberían capacitarle en esta debilidad por cuanto los trabajadores se están enfrentando a un cliente que desea ser bien

atendido. Y, ¿qué pasa entonces con aquellas empresas que no capacitando a los trabajadores por la necesidad de atender bien al cliente? Precisamente, esta es una de las estrategias que bien deberían tener las empresas para el mejoramiento de la calidad de servicio las personas que visitan y adquieren los tours en Cartagena.

En lo que respecta a la pregunta seis, de la que sabemos que otros servicios se ofrecen a los turistas aparte del tour. De cinco choferes y un animador entendemos que se llevan a otros sitios turísticos (volcán del totumo, islas del Rosario resto dieron respuestas como, satisfacer necesidades, servicio al cliente y cumplir con lo esperado.

Ahora hemos entrado a una de las preguntas más básicas de las encuestas dirigida al personal del trabajo. De ella podemos conocer las otras estrategias que ellos emplean para lograr satisfacer al turista. A lo que las respuestas fueron muy divergentes, dos choferes dijeron “buen trato”, dos más de ellos respondieron con las mismas palabras de las preguntas “satisfacer las necesidades los otros dos junto con el guía, “cumplir con el trato acordado”.

En la pregunta # 8 se conoce la diferencia del servicio ofrecido a los menores y adultos. Dos de los choferes manifestaron que no hay diferencia del mismo. Mientras tanto, los otros choferes y los animadores dijeron que la diferencia radica en el tipo de animación, situación que no fue descrita. En cuanto al guía, solo atribuyó al servicio al cliente.

Siendo así, notamos que efectivamente hay una insuficiencia en no solo en saber la episteme del servicio al cliente, sino también en lo que respecta a la puesta en práctica del mismo. En otras palabras y en consecuencia abriendo esta pregunta ¿acaso la animación no es aquello diferente y especial que ve el turista al momento de pedir el servicio? Luego entonces, ¿esa diferencia no es aquella que podemos incluir como característica importante dentro del servicio al cliente?

En la respuesta de la pregunta # 9 la diferencia que hay entre el servicio entre un tour y otro desde diferentes chivas. Los choferes y animadores manifestaron “en servicio al cliente”, uno más y el guía aludieron a la presentación personal, mientras que el otro chofer hablo del trabajo en equipo. Uno de los animadores manifiesta que si la chiva en la que él trabaja se llena más que las otras es porque el servicio ha sido mejor en contraposición a los otros.

Una chiva más llena que otra puede ser muestra de muchos factores. El hecho de que una esté llena por ejemplo 60 personas mientras que alternamente en la otra tan solo este la mitad de turistas, no indica de que en aquella se esté brindando un mejor servicio (tampoco quiere decir que no) que en la que tiene solo 30.

En la última pregunta todos coincidieron en responder que si tienen una base de datos de sus clientes con el fin de prestar una vez más el servicio de tour en caso de que los vuelvan a necesitar

7.2 Análisis de la Información Arrojada por los Turistas

El contenido recopilado en la tabla # 2 (Ver en Anexo Pág. 53) la que se refiere a la información suministrada por los diferentes turistas tiene un esquema en el que se enumeran a los distintos turistas designados del T1 al T10 (turista 1 al turista 10). De esta manera se establece y se describe cada pregunta que continuación van a ser interpretadas.

En lo que respecta a sus nacionalidades que es la pregunta # 1, la mitad a la que se entrevistó eran de nacionalidad extranjera (Perú, Argentina, Chile y España). Los otros son oriundos de ciudades como Bogotá, Medellín y Cali. Lo que indica que nuestra Cartagena es visitada por cantidades de turistas no solo de distintos lugares de Colombia sino de otros países.

En la segunda pregunta conocemos las edades de los turistas, dentro de los cuales hay entre 19 y 45 años lo que indica que a quienes nos dirigimos nuestras encuestas son personas relativamente jóvenes.

Las calificaciones dadas del 1 al 10 a los tours en chivas (pregunta 3 entre 6 y 8 de parte de los diferentes turistas. Estas es una calificación que no deja una deficiencia del servicio ofrecido en chivas. Sin embargo, tampoco hubo una sola calificación que llegara a 10, lo que indica que tampoco hay excelencia en lo que respecta al servicio mismo luego entonces el servicio en el que el cliente salga totalmente satisfecho al mismo tiempo esto es contraposición a muchas de las respuestas que manifestaron los empleados para servir a los turistas en las chivas.

Esta parte bien la ahondaremos en la pregunta # 4, desde la cual los turistas a través del interrogante tienen la oportunidad de cambiar si fuera posible algo del tour en chivas. A lo que las respuestas fueron bastantes divergentes respuestas del grupo de trabajadores (choferes, animadores, guías.) que los atiende.

Dentro de ellas tenemos que los turistas manifestaron que “hablaran más de la historia de la ciudad”, “más puntuales”. Precisamente ¿esto según uno de los trabajadores no era lo que hacia la diferencia entre el servicio que se ofrecía en su chiva con respecto a otra?

Otra de las respuestas que daban los turistas es que se les debían dar más bebidas, en y una vez más según los trabadores ¿no se suponían que al cliente se le daba más de lo esperado o por lo menos cumplir con lo antes pactado? Si bien es cierto dentro de lo que se le ofrece a los turistas se incluyen una serie de servicios y beneficios que al fin de cuentas y dichos por los mismos clientes, lo acordado no es totalmente cumplido estamos ya hablando de un mal servicio dirigido a los turistas por cuanto lo que manifiesta lo trabajadores no va en acuerdo ahora con lo dicho por los mismos clientes.

De esta manera, no haber cumplido con lo planeado dentro de todos los servicios que ofrece el tour es lo mismo que no haber cumplido con la expectativa del cliente, desde este punto de vista hay insatisfacción en lo que respecta al servicio que se viene ofreciendo en los tour de chivas de la ciudad de Cartagena.

Otras de las respuestas que daban los turistas era que debían ser más divertidos. Precisamente, una de las respuestas que daban los trabajadores era que una diferencia que positivamente marcaba los tours la animación. La animación es aquella que determinara que tan divertida sea cualquiera sea la actividad, y efectivamente los clientes visualizados a través de esta entrevista dan muestra que la diversión no cumplió totalmente con la expectativa de quien ahora habla.

Además, la falta de organización como bien lo manifestó uno de los turistas de nacionalidad argentina y 40 años de edad, dejan ver contrariamente a lo que manifestó un trabajador. Precisamente dice que el trabajo en equipo era lo que los destacaba, trabajar en equipo entonces debe mostrar una buena organización y si un cliente manifiesta que hubo desorganización quizás se esté refiriendo que desde su país el esquema para este aspecto es totalmente diferente al nuestro, pero esto no cambia la insatisfacción del cliente de cualquier parte del servicio que se le ofreció.

Por último y para terminar esta parte de las respuestas a la cuarta pregunta. Si bien es notable que todos los diez turistas contestaron cambiar algo de los tour si esta posibilidad se les presentaran, ninguno manifestó haber perfección en el recorrido, lo cual indica que el cliente no se haya sentido totalmente cómodo al momento de enfrentarse a lo que se le prometió por parte de los trabajadores de una chiva en búsqueda de un tours; una vez más esto coincide con las distintas calificaciones dadas en la pregunta # 2 de este esquema de encuestas.

A continuación la pregunta # 5 es consecuente con lo anteriormente descrito. Esta vez de los turistas queremos saber si los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos, a lo que el 70% respondió un sí, el 30% pusieron peros como “fueron impuntuales”, “no explicaron bien la historia”, “pudo haber sido mejor”. Los turistas se limitaban a decir “más o menos” una respuesta que nos dice que efectivamente los servicios ofrecidos en el tours no fueron cabalmente cumplidos.

Ahora en la pregunta # 6 se detalla a los choferes de parte de los turistas desde su presentación personal. En cuanto a este apartado más de la mitad manifestó que hubo regularidad, tres de ellos dijeron que bien, dos de los cuales se refirieron al uniforme, y uno de ellos dice “No me gusto, desorganización”. Desde punto de vista vemos a un cliente que contempla en la presentación personal no solo la “agradable” vestimenta que deben tener los operadores, sino que además va relacionado a la manera como se están llevando a cabo los diferentes eventos en el recorrido del tour desde que inicia a hasta que finaliza, esto es su organización.

De la pregunta # 7 sabemos que tanto los sitios turísticos, siete de ellos de manera general manifestaron haber aprendido de sitios como el Castillo de San Felipe, las Botas Viejas, La Popa. De uno de los turistas sabemos su insatisfacción por cuanto dice “Nada, no es una manera de mostrar su insatisfacción ante lo que bien se le prometió en el tour que no fue cumplido.

De la pregunta # 8 ¿qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour? A lo que sabemos que los clientes (la mitad de ellos) que los llevarían efectivamente a otros sitios, mientras tanto el resto manifestó “ninguno”. Desde este punto de vista se contradice la pregunta hecha a los trabajadores en cuanto a los otros servicios dados en el tour para los turistas ahora estos están dejando claro que se habla de otras maneras de divertirlos, sin embargo la acción se

quedó corta por cuanto no hay cumplimiento de lo predicho, precisamente una vez más contemplamos la insatisfacción en cuanto a la actividad turística.

En lo que respecta a la pregunta # 9 ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour? Los distintos turistas coincidieron en un sí, atribuyendo a ellos una segunda respuesta en la que debían cuidar sus pertenencias, no apartarse del grupo, no sacar la cabeza mientras viajan, no arrojar basuras.

Ahora bien, habiendo llegado a la descripción de la última pregunta de esta encuesta, desde donde sabemos si los turistas recomendarían este servicios a otras personas y porque. Desde la cual vemos que 8 de ello lo recomendarían con ciertas implicaciones como que por lo menos podría ser más divertido, y en algunos momentos porque fue interesante, etc.

Dos de los turistas uno de colombiano y el otro peruano. Manifestaron un no en el que se especifica apuntaciones en el que hubo falsa expectativas de lo que sería el tour en chivas, o sea se halló una insatisfacción de parte de un par de clientes que bien como los demás hicieron el recorrido por toda la ciudad.

Si bien hemos llegado a las interpretaciones de las repuesta por parte de los trabajadores y de los turistas. A las que concluimos que efectivamente hay muchas contradicciones a la hora de comparar. En el área del servicio al cliente es sabido que la persona que compra el servicio es aquel que tiene la razón, que necesita y espera un buen servicio, habiendo descrito todas respuestas notamos que no hay una satisfacción de turistas al momento de haber adquirido el servicio e tour en chivas de la ciudad de Cartagena.

8. Resultados

Estimación en la Actividad Comercial

Para comprender este tipo de actividad comercial es necesario analizar las características de los productos que ofrece un tour en chivas, allí se pudo determinar , que dentro de las actividad comercial esta los opitour se manejar de la siguiente manera :

Los opitour en la ciudad de Cartagena esta organizados así, INCLUYE: Transporte en Chiva Típica Colombiana, Conjunto Vallenato, Barra libre (licor) Acompañado de (Gaseosa y Hielo, Fritos Típicos Arepa de huevo, Carimañolas, y Empanadas) Recorrido por los principales Barrios Turísticos, Torre del Reloj, Centro de Convenciones, Castillo San Felipe, India Catalina y Centro Amurallado e ingreso a una Discoteca y regreso al Hotel.

NO INCLUYE: Consumos dentro de la Discoteca

SALIDAS: Diarias Bocagrande 8:00 Pm

DURACIÓN: 8:00 Am a 12:30 Am y de 8:00 pm a 12: 30 am

TEMPORADA BAJA VALOR ADULTO

\$ 35.000 / 21 US

TEMPORADA ALTA VALOR ADULTO

\$ 40.000 / 23 US

TEMPORADA BAJA VALOR NIÑO

\$25.000 / 15 US

TEMPORADA ALTA VALOR NIÑO\$ 30.000 / 17 US. (Opitours, pág. 4)

Temporada Alta: 15 de Diciembre al 15 de Enero, Semana Santa, 20 de Junio al 20 de Julio, Fiestas de Noviembre.

Temporada Baja: El Resto del año.

Nota: Tarifa Niño de (6 a 17) Años consumen Gaseosa, Fritos y un espacio en la Chiva, de domingo a jueves los aceptan en la Discoteca con la compañía de sus padres, viernes y Sábado No aceptan niños en la discoteca el Tour se puede hacer sin ningún problema hasta la llegada a la Discoteca, si desean regresarse al hotel.

También se puede determinar que las chivas manejan un tipo de itinerario el cual es de:

- Punto de Salida Avenida San Martín Frente al Hotel Dorado.
- Para las personas que hacen su reserva anticipada y están alojadas en Bocagrande, Laguito, y Centro los recogemos entre 8:00 Pm a 8:30 Pm
- Haremos un Recorrido acompañado de una Parranda vallenata en Vivo por los principales hoteles y edificios recogiendo los diferentes clientes que hicieron su reserva si no están alojados en Bocagrande tendrán que llegar al Hotel dorado.
- Iniciamos el recorrido a partir de las 8:30 Pm Previamente le darán por banca una botella de ron Típico Cartagenero acompañando de Gaseosa, hielo y Vasos.
- Iniciaría el recorrido con un guía animador por las principales calles de Bocagrande llegamos a la bahía de Cartagena luego pasaremos por la base naval, hospital naval, muelle la bodeguita, pasaremos por la torre del reloj que es la puerta de entrada a la ciudad antigua, centro de convenciones, calle larga, puente Román, ingresamos a la Isla de Manga y visitaremos las diferentes casas coloniales que se encuentran salimos pasaremos por el Castillo San Felipe, India Catalina e ingresamos al Centro amurallado hasta llegar a las bóvedas ahí haremos la parada por una hora, subiremos a las murallas acompañado de parranda vallenata bailaran al ritmo de la

música por 1 hora luego regresan a la chiva y antes de subir les darán Fritos típicos como Arepa de huevo, Carimañolas y empanadas.

- Ingresan nuevamente a la chiva y les darán más licor, gaseosa y hielo para continuar el recorrido bordeando las murallas pasando por el famoso restaurante bar Café del Mar, saliendo por la avenida Santander, llegando hasta la entrada de Bocagrande, para girar hacia el centro nuevamente y dejarlos por la calle el arsenal donde llegaremos a una discoteca que ya tienen el cover incluido mas no los consumos dentro de la discoteca.

- Ahí en la entrada no dejen ingresar ninguna clase de licores las persona que deseen guardar su licor abra una persona que ellos recibirá dentro de la discoteca abra música crossover por 2 horas y luego de ahí a las 12 de la media noche las personas que deseen regresar a su hotel en Bocagrande o laguito nuevamente los dejaremos y las personas que deseen continuará en la discoteca ya llegaran por su cuenta.

- Fin de la actividad.

Se hace indispensable establecer que la actividad económica debe prestar un servicio de calidad en donde se hace necesario definir cuáles son los elementos estratégicos que permitan mejorar el servicio en la ciudad, en donde se determine las ventajas y desventajas del tour en Cartagena, en la realización de este proyecto de investigación se busca implementar estrategias que faciliten la ejecución de la actividad del tour en chiva prestando un servicio de calidad a los turistas. . (Opitours, pág. 4)

Descripción del Producto

Divertido tour panorámico nocturno por la ciudad de Cartagena con música y bar de ron nacional a bordo de un divertido bus típico y colorido de madera. Tres horas de alegre recorrido con animación de música en vivo por las principales calles y avenidas de Bocagrande, Torre del Reloj, Camellón de los Mártires, El Arsenal, Barrio de Manga y el Pie de la Popa.

En el centro amurallado tendrán la oportunidad de degustar los tradicionales y típicos fritos cartageneros. Una parada en el baluarte de Santa Clara les permitirá disfrutar del embrujo mágico de la música típica vallenato.

Finalizado el recorrido en la ciudad antigua, se llegará a una discoteca donde podrán disfrutar de la rumba cartagenera. A la hora indicada regreso al hotel, las personas que deseen quedarse en la discoteca lo pueden hacer y el traslado de regreso al hotel sería por su cuenta. (Opitours, pág. 4)

Mary Tours

Este Tour Incluye:

- Recorrido en chiva.
- Guía profesional/animador.
- Recorrido por el barrio de Manga, donde podrán observar viejas casonas de estilo republicano y morisco.
- Recorrido por la ciudad antigua.
- Degustación de fritos típicos Cartageneros.
- Música en vivo, Vallenato o Gaita.
- Bar abierto dentro de la chiva (Ron tres esquinas).
- Recorrido por: Bocagrande, Castillo grande y Laguito.

- Visita a las Bóvedas artesanales donde se realiza una integración de las chivas realizando el tour.

Salidas diarias 8:00 p.m. a 12:00 a.m.

Servicio puerta a puerta en: Bocagrande, Castillo grande y Laguito. (Marytours, pág. 7)

Excursiones Rafael Pérez Cía. y Ltda.

Excursiones Rafael Pérez &Cía. Ltda. Es un empresa tour operador creada como el resultado de los esfuerzos realizados por el señor Rafael Pérez Romero y su familia, quienes con gran esmero y dedicación a través de 25 años, fueron trasformando sus ideas individuales hasta lograr solidificar una empresa la cual se conoce hoy en día como EXCURSIONES RAFAEL PÉREZ & CIA Ltda., líder indiscutible en la ciudad de Cartagena como operadores turísticos. (Uff Travel, pág. 2)

9. Diseño de Estrategias

Luego de determinar las inconsistencias visualizadas en el capítulo anterior, a continuación se plantea el diseño de las diferentes estrategias que permitan mejorar el servicio de tour en chiva en la ciudad de Cartagena. Para ello, mencionaremos cada estrategia e inmediatamente describiremos el porqué del mismo apartado que hasta cierto punto fue antecedido en las páginas anteriores:

Gestionar Capacitaciones acerca del Servicio al Cliente

Al momento de acercarnos al personal del trabajo de los tours, supimos de ellos que les exigen conocimientos alternos a los de su nivel si bien pretende mejorar el servicio prestado. Sin embargo, también sabemos por medio de las encuestas los datos arrojados son casi que nulos aunque las personas son contratadas. Tanto los conductores, como los animadores y guías manifestaron en su mayoría que de parte de la empresa que contrata no se ofrece una capacitación que busque mejorar el servicio a los clientes que adquieren los tours. De esta manera, es completamente necesario que para que esto suceda, las empresas encargadas capaciten y adiestren a sus trabajadores en esta área.

Capacitar al Personal de Trabajo sobre la Historia de Cartagena y sus Diferentes Sitios Turísticos

Si bien es cierto, las encuestas nos arrojaron una serie de indisposiciones de parte de los turistas por cuanto uno de los propósitos no eran cumplidos, o sea, la verdadera presentación de la historia de la ciudad y el conocimiento de lo concerniente a cada sitio turístico. Esta incomodidad bien podría suceder porque: 1) Los trabajadores pensarían que los turistas vendrían a divertirse y nada más, la historia de la ciudad no sería complemento para su diversión. 2) El tiempo establecido era insuficiente para que se hiciera una excelente participación de la historia de Cartagena. 3) los trabajadores, animadores y guías, no tienen un conocimiento exacto de lo que es la historia de Cartagena, por este motivo los turistas busca como cliente estar bien en Cartagena. Así, a través de las encuestas hay muestra que este último motivo fue la insatisfacción de algunos turistas, a esto además aludían que iban muy rápidos.

Precisamente, entonces es necesario que no solo haya capacitación para los trabajadores en cuanto a este aspecto, sino que además, pueda haber especies de simulacros en los que cada animador y guía pueda trabajar en la presentación de la historia de Cartagena y sus sitios turístico, desde lo cual se les tome el tiempo a los encargados y sean conscientes que muchos de los turistas que piden este servicio no solo vienen a transportarse para ver la ciudad, para adquirir más bebidas, para disfrutar de los fritos que no degustan en su cultura, para ver la presentación de los animadores. Muchos de los turistas quieren ver en esa presentación un conocimiento real y profundo acerca de la historia de la ciudad heroica. Siendo así, los dos primeros motivos expuestos en este apartado ya fueron atenuados.

Dotaciones de Uniformes que Identifiquen a la empresa prestadora del servicio

La respuesta de los clientes daba a conocer que una de las cosas que quisieran ver de parte de los trabajadores es la organización y uniformes en los mismos. Precisamente, si esto hace parte del gusto de los turistas al momento de pedir el servicio, entonces, es válido pensar en que toda empresa deben tener una presentación apta para prestar un buen servicio dar a su personal de trabajo una identificación a través de uniformes.

Mejoras en los equipos de audiovisuales

Si bien es cierto que las actividades recreativas se quedaban cortas de acuerdo con la opinión de los clientes, contradictoriamente a la mayoría de las respuesta del equipo de trabajadores encargados de los tours al momento de diferenciar su servicio para niños y adultos, y entre una chiva y otra. Sin embargo, es imposible dejar de lado el elemento más importante al instante de pensar en un producto, en una empresa prestadora de servicios, y de hecho, en el ofrecimiento de tour en chivas. Así, es necesario ahondar en una solución al servicio de la animación.

Ahora bien, las mejoras en los equipos ayudarían a la exacta utilización de las herramientas que ofrecen las nuevas tecnologías para la innovación del servicio y variedad al momento de hacer las actividades recreativa además, esto mejoraría el manejo de grupo. Hasta cierto punto, estar dotados de las nuevas tecnologías y equipos técnicos disminuirían ciertos imprevistos que en el desarrollo de la actividad turística no se pretendía contar con ellos. Siendo así, estaríamos describiendo una estrategia puesta en práctica por las diferentes empresas prestadoras del

servicio entonces, cada vez más contemplaríamos la satisfacción de quienes acceden a los tours para diversión en ellos.

Capacitación en el idioma inglés como segunda lengua en donde certifiquen a los choferes, guías y demás personas que tengan contacto o correlación directa con el servicio que se ofrece

Si bien es cierto, los tour en chivas no solo son visitados por personas que viven en nuestro Colombia, personas de otros países vienen con perspectivas de conocer bien el producto y los beneficios que traen con él en lo que respecta a los tour que los trabajadores tengan conocimiento de otros idiomas, o por lo menos del inglés como segunda lengua, será muestra que cada vez más los clientes extranjeros que hablen y entiendan el inglés, (igual los colombianos) proyecten importancia a las empresa prestadora de servicio por cuanto ven en ellos, en este caso, el turista, un elemento regulador de esta actividad turística. Estas capacitaciones podrían ser lideradas con ayuda de la Corporación de Turismo, La Alcaldía de Cartagena UNICOLOMBO y el SENA.

Para terminar este apartado, las estrategias antes mencionadas buscan mejorar el servicio al cliente en tours en chivas de Cartagena de indias. Precisamente, ha hecho la descripción de las mismas para que el servicio sea excelente, innovador, recreativo, personalizado y sobre todo, para que las agencias y persona natural que ofrecen este tour sean más competitivas en el sector turístico, y para que su crecimiento profesional hable de sí mismo al momento de ser buscados por los turistas. Sería un impacto positivo para el turismo y la economía en Cartagena y Colombia ya que si los turistas están complacidos con el servicio regresaran a la ciudad y atraerán más visitantes a la misma.

Conclusiones

Al permitirnos en primera instancia acercarnos a este tipo de actividades como son los tours de chivas ofrecidas en la ciudad de Cartagena, y trabajando de cerca con las personas que tienen que ver con este tipo de servicios (choferes, animadores, guías y turistas), a quienes además pudimos encuestarles, concluimos que:

Efectivamente existen diferentes factores que están desmejorando el servicio que se les debe ofrecer a los turistas tenemos:

- a) Incumplimiento en el horario y con lo pactado
- b) Insuficiencia en el conocimiento pleno de la historia de la ciudad y sus sitios turísticos
- c) Falta de manejo del inglés como segundo idioma
- d) Presentación personal inadecuada y desorganización
- e) Falta de diversión.

Evidentemente, se hizo necesario diseñar una serie de estrategias, que convirtiendo estas debilidades en fortalezas, buscaran mejorar el servicio de los tours en nuestra ciudad. Para ello, en apartados anteriores describimos cada estrategia como elementos importantes y constantes en la búsqueda no solo de corregir el servicio ofrecido, sino también en el empuje a que dichas actividades turísticas y otras más puedan seguir generando una economía mucho más estable para la histórica y heroica Cartagena. Estas estrategias son:

- a) Gestionar capacitaciones acerca del servicio al cliente
- b) Capacitar al personal de trabajo acerca de la verdadera historia de Cartagena
- c) Uniformar a los empleados para una mejor presentación y mayor organización

- d) Contar con suficientes herramientas tecnológicas
- e) Capacitar a los trabajadores en lo que respecta al manejo del inglés.

De esta manera, también queremos dejar claro que a partir de esta propuesta de investigación pueden surgir otras, ya que es posible haya una base para que otras investigaciones adquieran cuerpo en las próximas generaciones.

Referencias Bibliográficas

Ambito Financiero. (09 de 08 de 2013). Recuperado el 12 de 03 de 2015, de Ambito Financiero:

<http://www.ambito.com/diario/noticia.asp?id=701309>

Castro, C. S. (26 de 12 de 2011). *Turismo*. Recuperado el 17 de 02 de 2015, de Turismo:

<http://geoturismo011.blogspot.com.co/2011/12/concepto-de-producto-turistico.html>

cesar, j. (28 de 05 de 2011). *servicio de atencion al cliente*. Recuperado el 11 de 03 de 2015, de

servicio de atencion al cliente:

http://importacionesan.blogspot.com.co/2011_05_01_archive.html

Comercio, E. (02 de 08 de 2013). *El Comercio*. Recuperado el 10 de 11 de 2015, de El Comercio:

<http://elcomercio.pe/vamos/mundo/chivas-colombianas-turismo-fiesta-sobre-ruedas-riesgo-desaparecer-noticia-1612091>

concepto.d. (2015). Recuperado el 16 de febrero de 2015, de concepto.d:

<http://concepto.de/turismo/>

ftgr. (33 de 23). Obtenido de 123.

Julio, c. (28 de 05 de 2011). *Servicio de Atencion al Cliente*. Recuperado el 13 de 03 de 2015, de

Servicio de Atencion al Cliente:

http://importacionesan.blogspot.com.co/2011_05_01_archive.html

Marytours. (s.f.). *Marytours*. Recuperado el 12 de 10 de 2015, de Marytours:

<http://www.marytours.com/>

No vamos a desaparecer las chivas: Ministerio de Transporte. (02 de Agosto de 2013). Obtenido

de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12966442>

Opitours. (s.f.). *Opitours*. Recuperado el 16 de 09 de 2015, de Opitours:

http://www.opitours.com/tour_rumba_en_chiva.html

servicio de atencion al cliente. (03 de 2015). Obtenido de servicio de atencion al cliente.

Trabajo Academico de tour operador. (13 de 07 de 2013). Recuperado el 13 de 03 de 2015, de

Trabajo Academico de Tour Operador: <http://tadetouroperador.blogspot.com.co/>

Tripadvisor. (s.f.). *Tripadvisor Colombia*. Recuperado el 12 de 03 de 2015, de Rumba en Chiva:

[https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g297476-d2386615-Reviews-](https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g297476-d2386615-Reviews-Rumba_in_Chiva-Cartagena_Cartagena_District-Bolivar_Department.html)

[Rumba_in_Chiva-Cartagena_Cartagena_District_Bolivar_Department.html](https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g297476-d2386615-Reviews-Rumba_in_Chiva-Cartagena_Cartagena_District-Bolivar_Department.html)

Uff Travel. (s.f.). Recuperado el 03 de 11 de 2015, de Uff Travel:

<http://www.uff.travel/company/operadorexcursionesrafaelperez/descripcion>

UNIVERSAL, E. (13 de 06 de 2013). *El Universal*. Recuperado el 11 de 03 de 2015, de El

Universal: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/editorial/chivas-vs-doble-pisos>

Upegui., E. A. (27 de 12 de 2013). *El Tiempo*. Recuperado el 11 de 03 de 2015, de El Tiempo:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13318279>

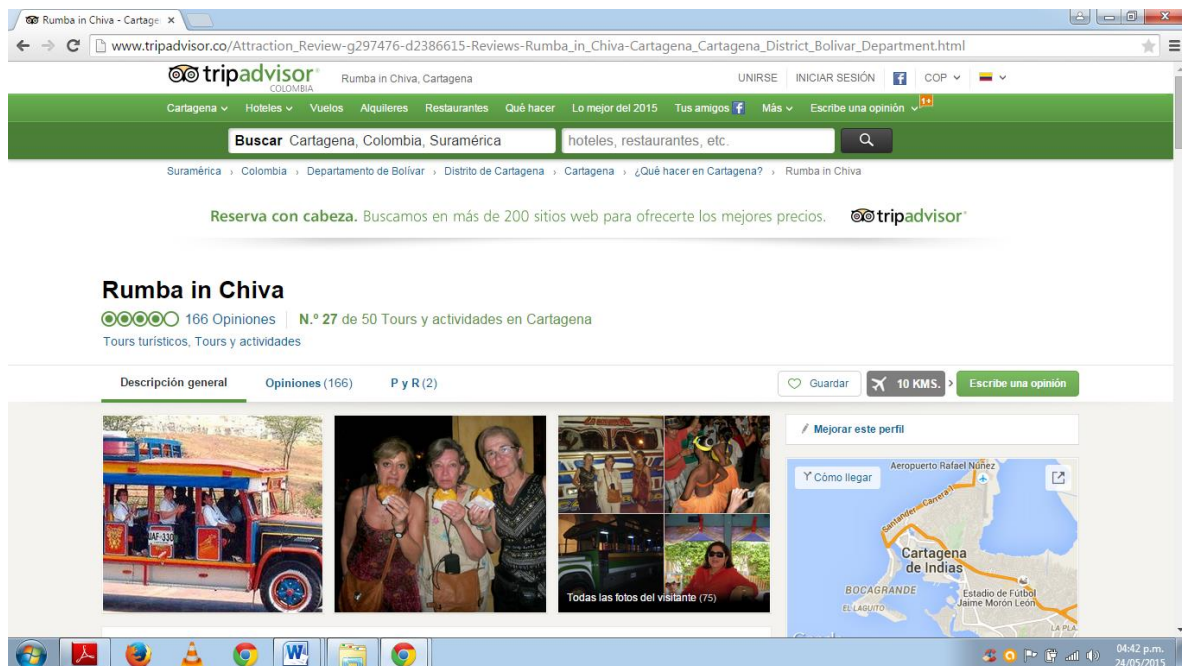
Wikipedia. (14 de 12 de 2015). Recuperado el 16 de 02 de 2015, de Wikipedia:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Chiva_\(veh%C3%ADculo\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Chiva_(veh%C3%ADculo))

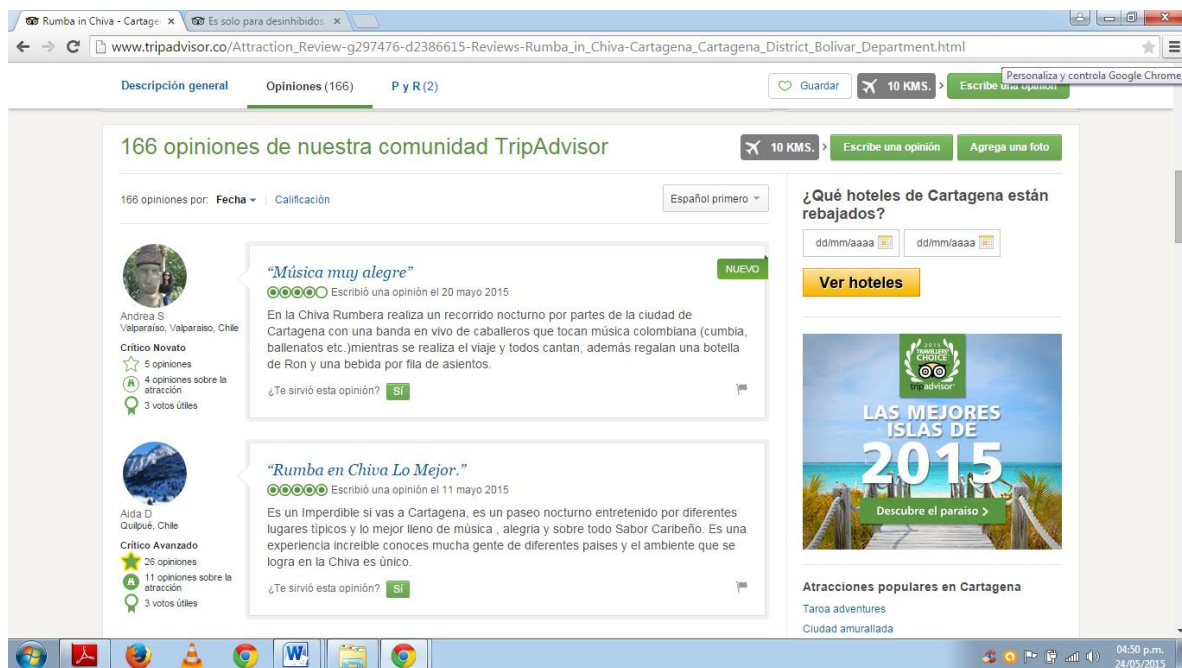
Zuca, A. (04 de 12 de 2014). *ABC.es* . Recuperado el 17 de 02 de 2015, de ABC.es:

<http://www.abc.es/cultura/20141204/abci-historia-cartagena-indias-antes-201412032128.html>

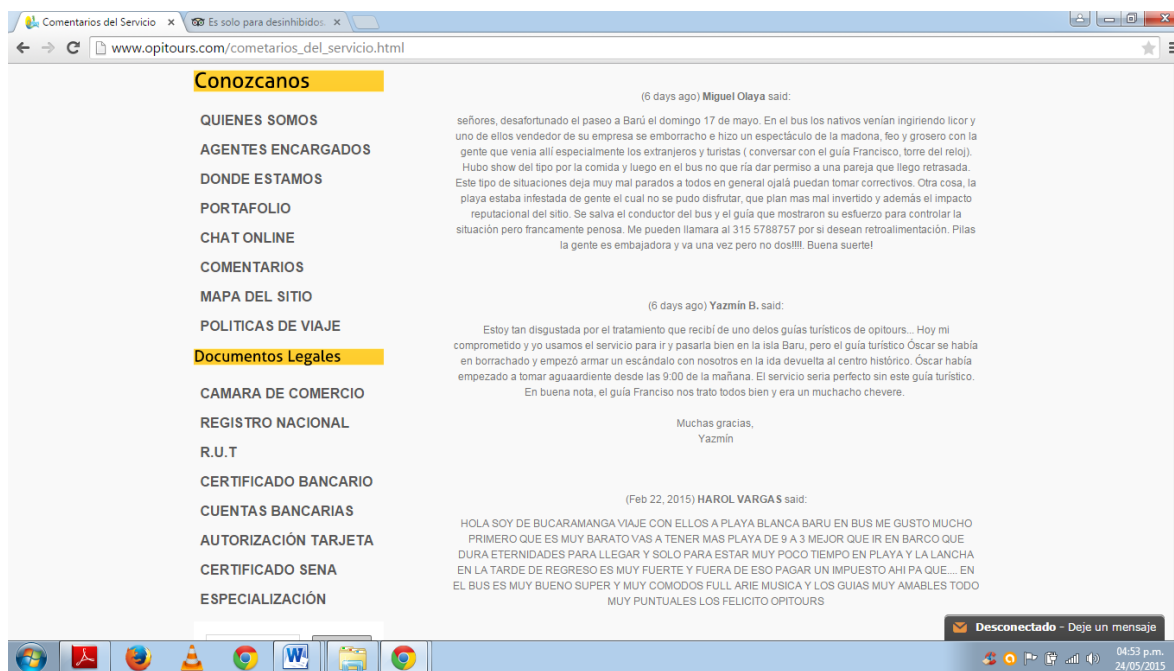
Anexos



Fuente: (Tripadvisor)



Fuente: (Tripadvisor)



Fuente: (Tripadvisor)

Estructuras de Encuestas

Encuesta sobre Diseños de Estrategias que Permitan El Mejoramiento del Servicio al Cliente en los Tours en Chiva de Cartagena

Preguntas para Choferes, Guías y Animadores

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?
2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?
3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?
4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?
5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?
6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?
7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?
8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?
9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?
10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

Preguntas para los turistas.

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?
4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?
5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?
6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?
7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?
8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?
9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?
10. ¿usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

Desarrollo de Encuestas al Personal de Trabajo

Encuesta Numero 1.

Nombre de la chiva: La India Catalina

Característica: Persona Natural

Nombre del entrevistado: N.L

Cargo: Chofer

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// 12 del día a 8 pm

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// Si me pidieron la licencia de conducir al día

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// solo español

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R//46 Pasajeros

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//No

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R// Paseo a las Islas del Rosario, Volcán del totumo, Barranquilla, Santa Marta.

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R// Ser amable

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R// El servicio es igual lo que cambia es la animación

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//No el servicio es igual

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R// Si la tenemos con el fin de contactarnos con el turista para una próxima llegada a la ciudad.



Fuente: Autor propio

Encuesta Número 2

Nombre de la chiva: La Cariñosa

Característica: Persona Natural

Nombre del entrevistado: F.B

Cargo: Animador

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 12 am

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// Si manejo de personal

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// solo español

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R//50 a 60 Pasajeros

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//No

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R// Viajes como islas, comidas típicas, bebidas refrescantes y servicios privados

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R// Su seguridad y el cumplimiento de lo prometido

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R// la diferencia está en la animación que se les brinda, el de los niños o jóvenes es más extrovertido, dinámico y el de los adultos es más ameno y acorde a su edad.

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//si hay diferencias y se reflejan en la cantidad de personal de trabajo que posee cada chiva.

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

11.

R// Si la tenemos para que se contacten con nosotros cuando vuelvan a la ciudad.



Fuente: Autor propio



Fuente: Autor propio

Encuesta Número 3

Nombre de la chiva: La Coqueta

Característica: Agencia de viajes MARY TOURS

Nombre del entrevistado: J.P

Cargo: chofer

Preguntas

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 12 am

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// Si manejo de personal, licencia de conducir

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// solo español

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R// Cada chiva tiene 9 bancas con capacidad de 6 personas en total seria 54 pasajeros.

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//Si en manejo de personal.

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R// Le ofrecemos seguridad y excelencia en los servicios prestados.

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R// El buen trato hacia los turistas y tratar de solucionarles algún problema que se les presente para que se sientan satisfechos con el servicio

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R// La diferencia está en el tipo de animación y de música que se les ofrece a este tipo de grupos.

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R// por supuesto la diferencia está en el servicio, el trato, la atención todas estas cosas.

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R// Si, nosotros tenemos una base de datos de los turistas a los que les ofrecemos el tour, esto se hace con el fin de mantenerse en contacto para unos posibles regresos o también por si nos recomiendan.



Fuente: Autor propio

Encuesta Numero 4

Nombre de la chiva: Chocolate Tour

Característica: Agencia de viajes

Nombre del entrevistado: N.V

Cargo: chofer

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 12 am

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// Licencia de conducir

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// solo español

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R// 54 pasajeros

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//si, sobre el servicio al cliente y manejo de personal

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R// Tours por la ciudad, viaje a las islas del rosario, volcán del totumo etc.

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R//Nuestras estrategias se basa en el buen trato satisfacer sus necesidades para que vuelvan a la ciudad y nos recomienden.

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R//La diferencia está en la forma de animarlos, la música, la forma de hablar.

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//Si, la diferencia está en la presentación personal y la presentación de la chiva su estructura y en el servicio que se ofrece.

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R// Si se tiene una base de datos para saber cuántas personas nos eligen de que ciudades vienen o si desean un servicio privado para la próxima se comuniquen directamente con nosotros.

Encuesta Número 5

Nombre de la chiva: La Fantástica

Característica: Persona Natural

Nombre del entrevistado: C.V

Cargo: Guía

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 12 am

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// Si, Ingles, manejo de personal, servicio al cliente y tener una carrera en turismo

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// Inglés y español

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R//entre 54 y 60 personas

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//Si nos capacitan en servicio al cliente, manejo de personal.

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R// Viajes a las islas, si por alguna razón nos preguntan por algún hotel le recomendamos dependiendo de su presupuesto, recomendamos restaurantes, centros comerciales, discotecas etc.

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R// pues básicamente cumplir con lo esperado por los turista, brindarles seguridad, atención, alegría. Por otro lado dependiendo de la temporada se maneja unas tarifas diferentes, ofrecemos promociones como dos adultos un niño gratis, menores de 5 años no pagan, también la Agencia de viaje promociona el tour en chiva por una página de web para que las personas puedan organizar sus tours antes de llegar a la ciudad.

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R// la diferencia está en el manejo de personal que se les brinda, es decir; el servicio al cliente, la forma en animarlos, de hablar entre otras cosas.

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//si hay diferencias y es la presentación personal y el trabajo en equipo.

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R// Si la tenemos para que se contacten con nosotros cuando vuelvan a la ciudad.



Fuente: Autor propio

Encuesta Número 6

Nombre de la chiva: caporal

Característica: Persona Natural

Nombre del entrevistado: J.G

Cargo: chofer

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 12 am

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R//Si, la licencia de conducir

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R//Español

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R//Entre 54 y 60 personas

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//No

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R// Viajes a las islas, tours al volcán, santa marta, tour en chiva privado

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R//Cumplir con lo prometido, tratar de que terminen el tour contentos para que nos recomienden con sus conocidos.

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R// La animación

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//Si el trabajo en equipo no es el mismo, debe de haber buena comunicación con los compañeros de trabajo para ofrecer un buen tour.

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R// Si, con el fin de mantener el contacto por si desean volver a la ciudad.



Fuente: Autor propio

Encuesta Numero 7

Nombre de la chiva: La corroncha

Característica: Agencia de Viajes Bello tours

Nombre del entrevistado: L.R

Cargo: Animador

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 12 am

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// Si, manejo de personal, servicio al cliente, Ingles básico

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// Ingles básico.

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R//60 personas

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//No

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R//Islas del rosario, volcán, city tour, discotecas, lo que necesiten tratamos de satisfacerlos si está a nuestro alcance.

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R//pues brindarles más de lo esperado es decir, variedad en bebidas, comida, en atención, más que todo que se sientan especiales.

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R// La diferencia es la forma en que se les habla, y el trato.

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//Si en el servicio que se presta.

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R//Si para poder contactarnos con ellos si desean algún otro servicio turístico.



Fuente: Autor propio

Encuesta Número 8

Nombre de la chiva: La Quita Sueño

Característica: Agencia de viajes tour operador Recreaciones quita sueño

Nombre del entrevistado: L.J

Cargo: Animador

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 11:30PM

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// Si, manejo de personal, servicio al cliente, Ingles básico

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// Ingles básico.

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R//Entre 50 y 60 pasajero.

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//Si nos brindan capacitación en servicio al cliente.

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R//Islas del rosario, volcán del totumo, city tours, Santa Marta, Tour parque Tayrona.

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R//Nosotros nos caracterizamos por ser una agencia de calidad y puntual en nuestros servicios ofrecidos; además tenemos un grupo de parranda que nos ayuda a contagiarlos de alegría junto con mi animación siempre se van satisfechos y muy felices eso es lo importante.

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R// La diferencia está en la forma de brindar la animación ya que la de un grupo de niños o jóvenes se tiene que ser más estratégicos para entretenerlos que los adultos.

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//Si, claro. La diferencia está en el servicio al cliente

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R//Sí, nuestra agencia guarda los datos de nuestros clientes para unas futuras llegadas de los mismos o por si ellos desean algún servicio nosotros con gusto lo atendemos.



Fuente: Autor propio

Encuesta Número 9

Nombre de la chiva: La Consentida

Característica: Excursiones Rafael Pérez & CIA LTDA

Nombre del entrevistado: G.M

Cargo: Chofer

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 12:00pm

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// No, solamente tener pase y experiencia

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// Solo español

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R//60 pasajero.

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//No

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R//Islas del rosario, volcán del totumo, city tours, Santa Marta, Barranquilla.

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R//brindarles un excelente servicio, y cumplir con todo lo que incluye el tour.

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R//No existe diferencia el trato es el mismo.

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//Si, el personal de trabajo y el servicio que se ofrece.

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R//Si nosotros guardamos los datos por si el cliente desea otro servicio nosotros nos contactamos con él.



Fuente: Autor propio

Encuesta Número 10

Nombre de la chiva: La Gomela

Característica: persona Natural

Nombre del entrevistado: R.H

Cargo: Chofer

Preguntas:

1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

R// De 8 am a 12 pm de 2 pm a 6 pm de 8 pm a 12:00pm

2. ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?

R// No, solamente el pase de conducción.

3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?

R// Solo español

4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?

R//60 pasajero.

5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?

R//No

6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?

R//Volcán del Totumo, las Islas del Rosario, City Tours.

7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?

R//Brindarles un buen servicio y siempre sonreír.

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?

R//la forma de animarlos.

9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?

R//Si, la forma del brindar el servicio.

10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?

R//Si, para cuando vuelvan a la ciudad y quieran alguno de nuestros servicios.



Fuente: Autor propio

Desarrollo de Encuesta a los Turistas

Encuesta Numero1

Preguntas

Turista numero 1

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R//Colombiano de la ciudad de Bogotá

2. ¿Qué edad tiene?

R//34

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 7

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R//Me gustaría que hablaran más sobre la historia de la Ciudad, que fuera más alegre.

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Si, aunque fueron impuntual al momento de buscarnos al hotel.

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//Regular, no tienen buena presentación personal.

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R// La historia del Castillo de San Felipe

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R// Tours por la ciudad, las islas del rosario

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R//Si, que aseguráramos nuestras pertenencias, no confiar en desconocidos, asegurarnos que el precio sea el justo, no sacar la cabeza ni brazos por los ventanales, subir y bajar con cuidado, mantener el orden.

10. ¿usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// Si, porque es una forma diferente de ver la ciudad.

Encuesta Número 2

Turista numero 2

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R//Argentina, Buenos Aires

2. ¿Qué edad tiene?

R//25

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 8

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R//Me gustaría que hicieran más paradas en los sitios turísticos puesto que van muy rápidos.

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Si

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//Regular

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R// La historia de las botas

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R// Islas del rosario, tour al volcán del totumo, Santa Marta

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R//Si, que tuviéramos cuidado con los vendedores ambulantes, asegurar los objetos personales, no alejarse del grupo.

10. ¿usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// Si, porque es divertido

Encuesta Numero3

Turista numero 3

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R//Colombiano, de la ciudad de Medellín

2. ¿Qué edad tiene?

R//45

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 6

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R//Que fueran puntuales

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Si pero no explicaban muy bien sobre los sitios turísticos.

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//No me gusto, están muy desorganizados.

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R// pues nada porque no entendí lo que decían sobre la ciudad.

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R// Las Islas, tour privado, restaurantes.

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R//Si, que en las paradas a los lugares turísticos permanezcamos juntos, no demorarnos pues podrían dejarnos, cuidar nuestras pertenencias, si tenemos niños no dejarlos solos.

10. ¿usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// No porque tuve una mala experiencia y no quisiera que ellos la tuvieran.

Encuesta Numero4

Turista numero 4

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R//Bogotá

2. ¿Qué edad tiene?

R//19

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 9

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R//. Que dieran más bebidas.

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Si

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//Buena

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R//la historia del cerro de la popa.

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R//. Nos ofrecieron visitar las islas y el volcán del totumo.

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R// Que cuidáramos nuestras pertenencias, que no arrojáramos basura mientras se conducía.

10. ¿usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// Si, por qué es muy divertido y no es costoso.

Encuesta Numero5

Turista numero 5

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R//Chile, Santiago

2. ¿Qué edad tiene?

R//32

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 8

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R//. Que el recorrido dure más tiempo.

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Si pero pudo haber sido mejor.

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//. Estaban bien vestidos y uniformados

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R//. Toda la ciudad amurallada y Bocagrande

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R//. Nos ofrecieron visitar las bóvedas pero teníamos que asumir el costo de lo que queríamos comprar.

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R// Que estuviese pendiente de nuestras pertenencias no arrojar basuras a la calle, que usáramos las canecas

10. ¿usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// Si, por qué es muy agradable y divertido.

Encuesta Numero6

Turista numero 6

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R//Cali

2. ¿Qué edad tiene?

R//25

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 8

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R// Que duren más en los lugares donde se estacionan para poder comprar.

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Si

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//.Regular

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R// La historia del Castillo de San Felipe

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R// Nos ofrecieron city tour

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R// Que preguntáramos el precio antes de comprar, cuidar nuestras pertenencias, no arrojar basura al piso, no sacar la cabeza de la chiva mientras se conduce, cosas así.

10. ¿Usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// Si, es una experiencia muy agradable.

Encuesta Numero7

Turista numero 7

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R// peruano lima

2. ¿Qué edad tiene?

R//40

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 7

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R//. Que fueran puntuales

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Mas o menos

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//. Estaban bien presentados pero no tenían uniformes

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R//. La historia de los sitios turísticos.

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R//. Ninguno en especial

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R// Que no nos separemos del grupo cuando bajáramos de la chiva

10. ¿Usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// Si, se lo recomendaría a mis amigos porque es interesante

Encuesta Número 8

Turista numero 8

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R// España

2. ¿Qué edad tiene?

R// 31

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 8

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R// Que expliquen bien la historia de los lugares turísticos, son muy acelerados.

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Algunos, no fueron puntuales.

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//. Regular, no tenían uniformes.

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R//. Nada

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R//. Ninguno

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R// Que no nos separemos del grupo cuando bajáramos de la chiva, cuidar las pertenencias, no arrojar basura al piso cosas de ese estilo.

10. ¿Usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// En realidad no sé, creo que no son muy incumplidos.

Encuesta Número9

Turista numero 9

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R// Argentino

2. ¿Qué edad tiene?

R// 27

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 8

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R// Que sea más divertida

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//si

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//. Regular

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R// La historia sobre El Castillo San Felipe.

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R//Las islas del rosario, volcán del totumo.

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R// Cuidar nuestras pertenencias, no separarse del grupo

10. ¿Usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// Si aunque me la imaginaba más divertida.

Encuesta Numero10

Turista numero 10

1. ¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?

R// Argentina

2. ¿Qué edad tiene?

R// 40

3. ¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?

R// 8

4. ¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?

R// Que fueran más organizados.

5. ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?

R//Algunos

6. ¿Cómo les pareció la presentación personal de los operadores?

R//. Regular

7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?

R//sobre las Botas viejas.

8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?

R//. Ninguno

9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?

R// Que no nos separemos del grupo, cuidar las pertenencias.

¿Usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?

R// Si, es interesante.

Tabla 1 Recopilación y Análisis de los Datos Arrojadados en las Encuesta al Personal de Trabajo

Preguntas	CARGOS		
	# Chofer 6	# Animador 3	# Guía 1
1. ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?	5 con horario continuo y uno con horario hasta el medio día	Horario continuo	Horario continuo
2 ¿A la hora de contratarlo en la empresa le exigieron algún tipo de conocimiento en especial?	Licencia de conducir	Uno Manejo de personal, los otros dos manejo de personal, servicio al cliente, ingles básico	Inglés, manejo de personal, servicio al cliente y una carrera en turismo
3. ¿Qué idiomas maneja aparte del español?	Solo español	Uno maneja solo español, las otras dos ingles básicas.	Ingles
4. ¿Sabe usted cual es la capacidad máxima de la chiva en cuanto a pasajeros?	5 respondieron entre 54 y 60 , 1 respondió 46	Entre 50 y 60	54 y 60
5. ¿En la empresa o agencia les han brindado alguna capacitación en especial?	4 choferes ninguna, los otros 2 servicio al cliente	2 servicio al cliente, uno, ninguna.	Servicio al cliente
6. ¿Qué otros servicios le ofrecen a los turistas aparte de los ofrecidos en el tour?	5 ir a otros lugares turísticos, uno tratar bien a los clientes	2 seguridad y satisfacer necesidades, uno, llevar a otro lugar	Satisfacer necesidad, cumplir con lo esperado.
7. ¿Qué estrategias utilizan para lograr satisfacer a los turistas?	2 buen trato, 2 satisfacer necesidades y 2 cumplir con el trato acordado	Uno seguridad, el otro más de lo esperado, por ultimo dijo calidad y puntualidad	Cumplir con lo esperado
8. ¿Cuál es la diferencia del servicio ofrecido para un grupo de adultos y un grupo de niños?	2 respondieron igual, 4 respondieron animación.	Animación.	Servicio al cliente.
9. ¿Cree usted que exista alguna diferencia entre el servicio que usted ofrece con el que ofrecen otros operadores de tour en chiva?	3 respondieron servicio al cliente, uno presentación personal, otro trabajo en equipo y por ultimo respondió que	2 servicio al cliente, uno cantidad de personal de trabajo	Presentación personal.
10. ¿Tienen una base de datos de sus clientes? ¿Y con qué fin la tienen?	Si, para cuando regresen	Si, para cuando regresen a la ciudad	Si para cuando vuelvan

Fuente: Autor propio

Tabla 2

Recopilación y Análisis de los Datos Arrojados en las Encuestas a los Turistas

Preguntas	TURISTAS									
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
1¿Cuál es su nacionalidad y de que ciudad es?	Bogotá	Argentina	Medellín	Bogotá	Chile	Cali	Perú	España	Argentina	Argentina
2¿Qué edad tiene?	34	25	45	19	32	25	40	31	27	40
3¿Del 1 al 10 como califica el servicio del tour en chivas?	7	8	6	9	8	8	7	8	8	8
4¿Si tuviera la oportunidad de cambiar algo del tour en chiva que sería?	Hablar más de la historia	Van muy rápido	Que fueran puntuales	Mas bebidas	Dure más tiempo	Dure más tiempo	Ser puntuales	Explicar bien la historia, son muy acelerados	Más divertido	Mas organizados
5 ¿Los servicios y productos ofrecidos en el tour fueron cumplidos?	Si pero fueron impuntuales	Si	Sí, pero no explicaron bien la historia	Si	Sí, pero pudo haber sido mejor	Si	Más o menos	Algunos, no fueron puntuales	Si	Algunos
6. ¿Cómo les pareció la presentación	Regular	Regular	No me gusto, desorganización	Bueno	Bien vestidos,	Regular	Bien presentados, pero no	Regular, no tienen	Regular	Regular

personal de los operadores?					uniformados		uniformados	uniformes		
7. ¿Qué aprendió en el recorrido a los sitios turísticos?	Historia del Castillo San Flipe	Historia de las botas	Nada, no entendí	Historia cerro de la popa		Historia del castillo	Historia sitios turísticos	Nada	Historia del castillo	Historia de las botas
8. ¿Qué otro servicio le ofrecieron aparte del incluido en el tour?	Otros sitios turísticos	Otros sitios turísticos	Sitios turísticos	Sitios turísticos	Toda la ciudad amurallada	City tour	Ninguno	Ninguno	Sitios turísticos	Ninguno
9. ¿Le dieron alguna recomendación antes de que empezara el tour?	Si, cuidar las pertenencias	Si, cuidado con los vendedores ambulante	Si, permanecer juntos, cuidar pertenencias	Si, cuidar pertenencias, no arrojar basura	Si, cuidar pertenencias, usar canecas	Sí, no arrojar basura, no sacar la cabeza por la ventana	Sí, no sepárese del grupo	No sepárese del grupo	Cuidar pertenencias y no separarse	No separarse, cuidar pertenencias
10. ¿Usted recomendaría el tour en chiva a un amigo u otra persona? Si/no ¿Por qué?	Sí, es una forma diferente de ver la ciudad	Si, divertido	No, tuve una mala experiencia	Si, divertido	Si, agradable	Si, agradable	Si es interesante	Creo que no, son incumplidos	Si, aunque pensaba que era más divertido	Si, interesante

Fuente: Autor propio