

# INFORME I CICLO DE ACCIONES FORMATIVAS GUADALAJARA DTI

---

JUNIO 2023



## 1. I Ciclo de acciones formativas Guadalajara Destino Turístico Inteligente

Entre 2022 y 2023 se ha llevado a cabo el I Ciclo de acciones formativas de Guadalajara Destino Turístico Inteligente. Para ello, en una fase previa se realizó una propuesta de acciones que tuvieron en cuenta varios aspectos: i) el diagnóstico que SEGITTUR realizó sobre Guadalajara como DTI; ii) establecer acciones formativas a corto y a medio plazo.

Precisamente, con base en el diagnóstico que realizó Segittur, se planteó que las acciones formativas se orientarán principalmente a la mejoría de 3 de los pilares: **gobernanza, innovación y tecnología**, sin olvidar otros pilares e incluso acciones formativas que impulsen y desarrollen otros potenciales que posee la ciudad.

Así, desde noviembre de 2022 hasta junio de 2023 se han llevado a cabo un total de 13 acciones formativas, con 2 sesiones mensuales de media, se han impartido 26 horas de formación a los diferentes agentes y sectores que componen la red turística de Guadalajara e impulsando sinergias colaborativas entre los diferentes agentes.

Las 13 acciones, cuya sede de celebración en su mayoría ha sido la nueva oficina de Turismo de Guadalajara, sita en la Plaza del Concejo, han sido las siguientes:

1. Guadalajara Destino Turístico Inteligente: Oportunidades para los sectores y colectivos de la ciudad.
2. Transformación digital en el sector turístico. Kit Digital. El impulso de las PYMEs de Guadalajara.
3. Creación de productos turísticos. Sinergias colaborativas y casos de éxito.
4. Turismo y Comercio en Guadalajara. Transformación sin perder la esencia.
5. Guadalajara Dcine. El impulso del turismo cinematográfico para la actividad local.

6. Herramientas TIC para la creación de contenido en RR.SS.: Canva y Davinci Resolve.
7. Engagement en las RR.SS. en el sector turístico. Fideliza a tu público.
8. Guadalajara Sostenible. Destino de vivencias turísticas sostenibles.
9. Contenido Audiovisual. Un imprescindible para el turismo accesible e inclusivo.
10. Mujeres Gastroinnovadoras. Distintivo de Guadalajara DTI.
11. Estrategia de Marketing Social Corporativo. Comunicación y marca turística.
12. Alimentos de Guadalajara. La marca de apoyo a productores y empresas agroalimentarias.
13. E-mail marketing. La importancia de la comunicación en las campañas de e-mail marketing en el turismo.

De estas 13 sesiones, el número de acciones vinculadas a dar respuesta alguna necesidad formativa cuyo centro fuera alguno de los pilares DTI, se encuentra lo siguiente:

- Gobernanza: 4 acciones formativas.
- Sostenibilidad: 1 acción formativa.
- Innovación: 4 acciones formativas.
- Accesibilidad: 1 acción formativa.
- Tecnología: 3 acciones formativas.

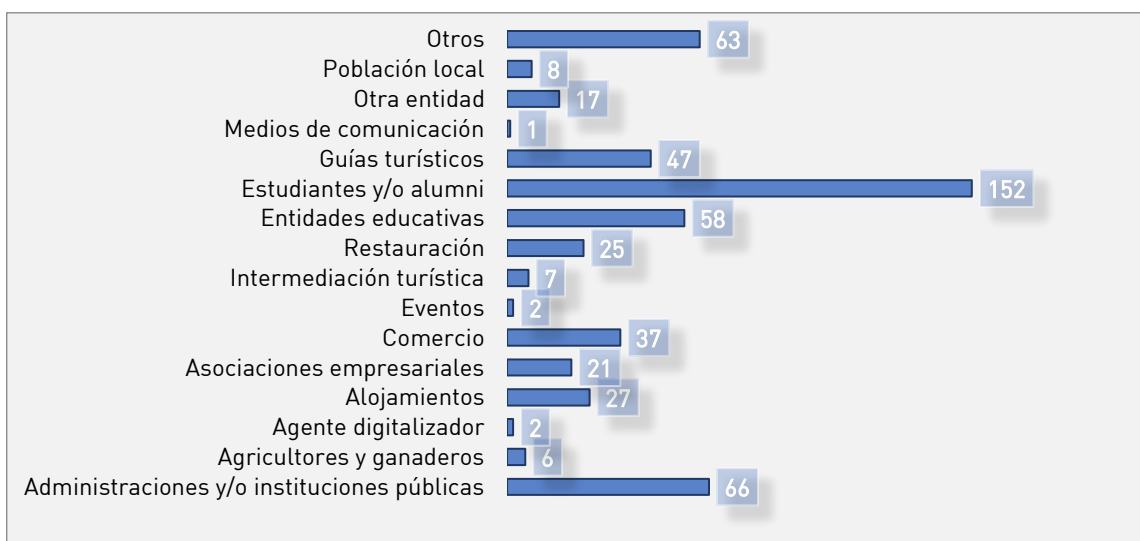
Por lo tanto, uno de los objetivos que se planteó a la hora de diseñar este ciclo de sesiones de formación se ha visto cumplido, al dar respuesta a los pilares principales en los que se necesitaba potenciar, según el diagnóstico previo de Segittur.

## **2. Estadísticas y análisis del I Ciclo de acciones formativas Guadalajara DTI**

Las acciones formativas llevadas a cabo en este primer ciclo han contado con una inscripción total de 538 personas, siendo la media de 41 personas por acción. Cabe destacar que las inscripciones a estas acciones han contado con un alto número de personas que han asistido, y por lo tanto repetido, a más de una de las acciones, siendo un total de 282 personas de 538 las que han repetido en alguna ocasión; de lo que se intuye una generación de interés y fidelización con el proyecto, así como una necesidad de formación y desarrollo por parte de los agentes.

Si se atiende a la inscripción según el tipo de agente o sector al que pertenecen las personas inscritas totales, destaca la alta participación por parte de estudiantes y/o Alumni de la Universidad de Alcalá, una comunidad implicada con el sector turístico, teniendo en cuenta que el Grado en Turismo y el Doble Grado de Turismo y ADE se imparte en el campus de Guadalajara. También destaca la participación de distintos organismos de administraciones públicas representados por personas trabajadoras del ayuntamiento, de la Diputación o de la Junta de Castilla La Mancha; además, comercio, guías turísticos también han tenido una alta participación en este proyecto. Cabe destacar que otros sectores, en su mayoría personas trabajadoras por cuenta propia como autónomos/as, fundaciones, otros tipos de comercio a priori no relacionados con el turismo, han mostrado su implicación y compromiso con las acciones.

Gráfico 1. Inscritos totales según agente

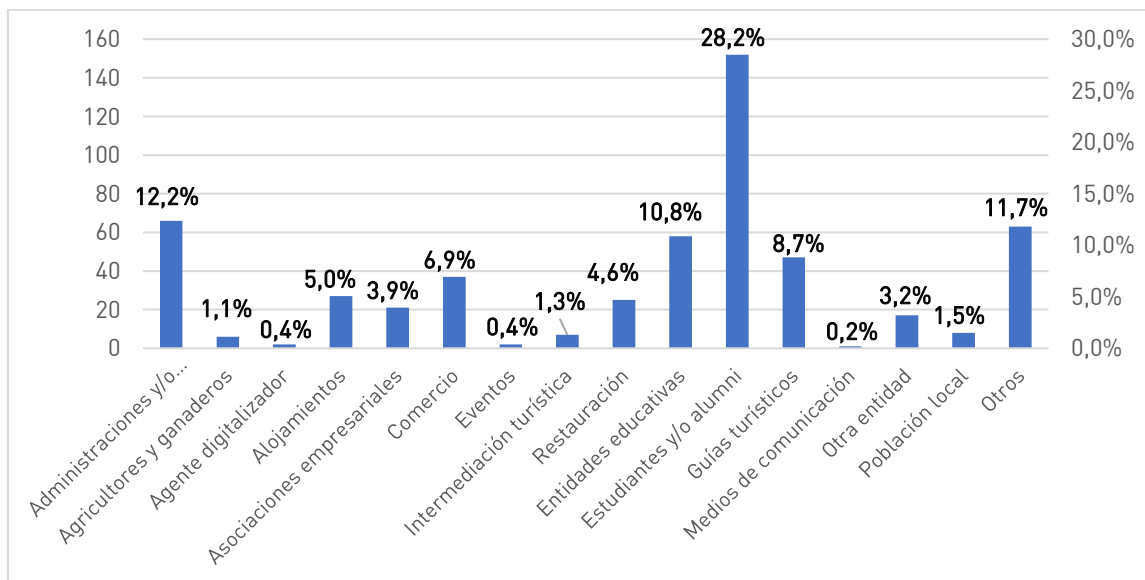


Fuente: Elaboración propia

Si analizamos esos resultados por porcentajes de participación, se observa que el 28,2% de los participantes han sido estudiantes y/o alumni de la UAH, un 12,2% de los participantes se ha representado a administraciones o entidades públicas, y un 10,8% han sido de otros sectores a priori no relacionados con el turismo.

Algunos de los sectores representativos del sector turístico han tenido una clara participación, tales como alojamiento (5%), comercio (6,9%), guías turísticos (8,7%) o restauración (4,6%).

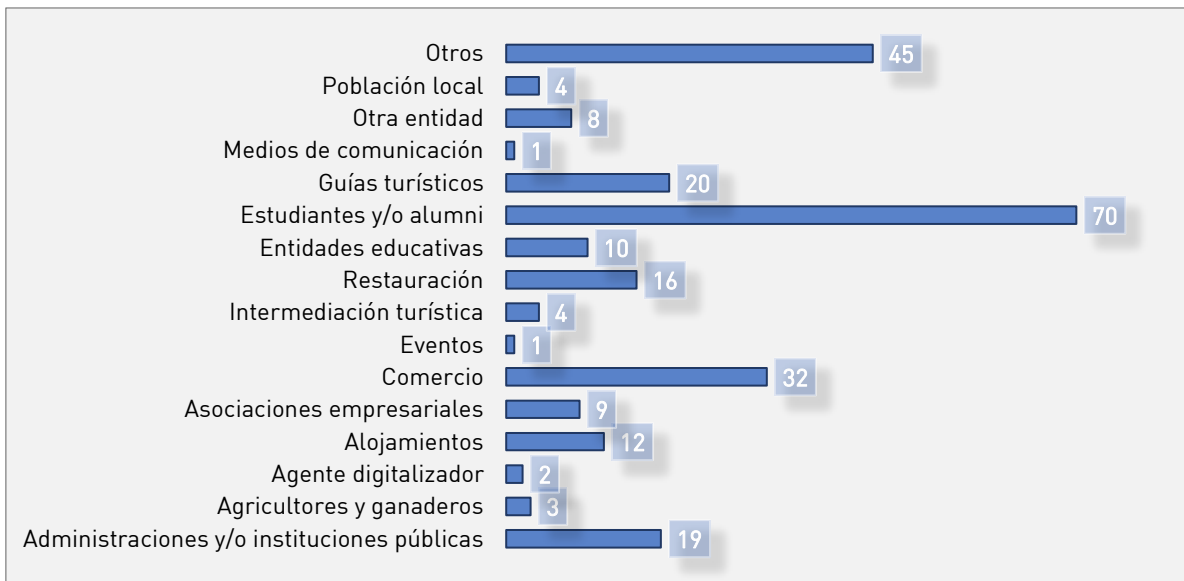
Gráfico 2. Porcentaje sobre el total de inscritos por sector



Fuente: Elaboración propia

Si analizamos los inscritos en las sesiones y que no hayan repetido en más de una ocasión, aunque la imagen principal obtenida anteriormente no varía demasiado, si resulta interesante analizarlo, puesto que, por ejemplo, tanto estudiantes como administraciones públicas han sido los sectores que más han repetido en la asistencia a las sesiones, y la asistencia por primera o bien única vez, se reduce a casi la mitad. En el gráfico 3 se puede observar el número total de personas que no han repetido a las sesiones (o bien han asistido una vez o por primera vez).

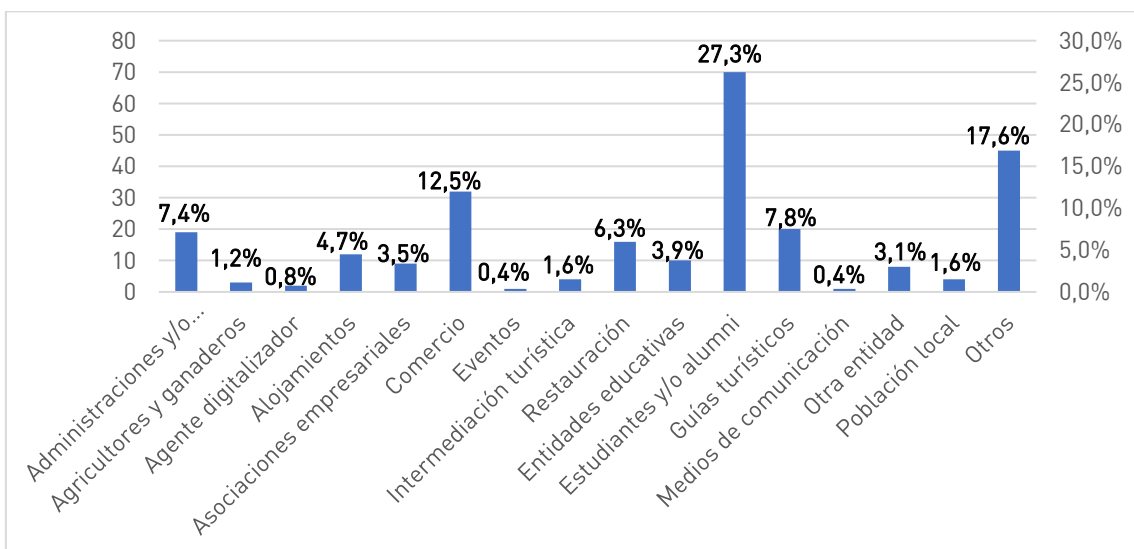
**Gráfico 3. Inscritos por primera vez o una vez según sector**



Fuente: Elaboración propia

En término de porcentajes, algunos de los indicadores no sufren una modificación sustancial en cuanto a su representación con respecto al total de personas que han asistido una vez o por primera vez (256 personas), tal y como se observa en el gráfico 4.

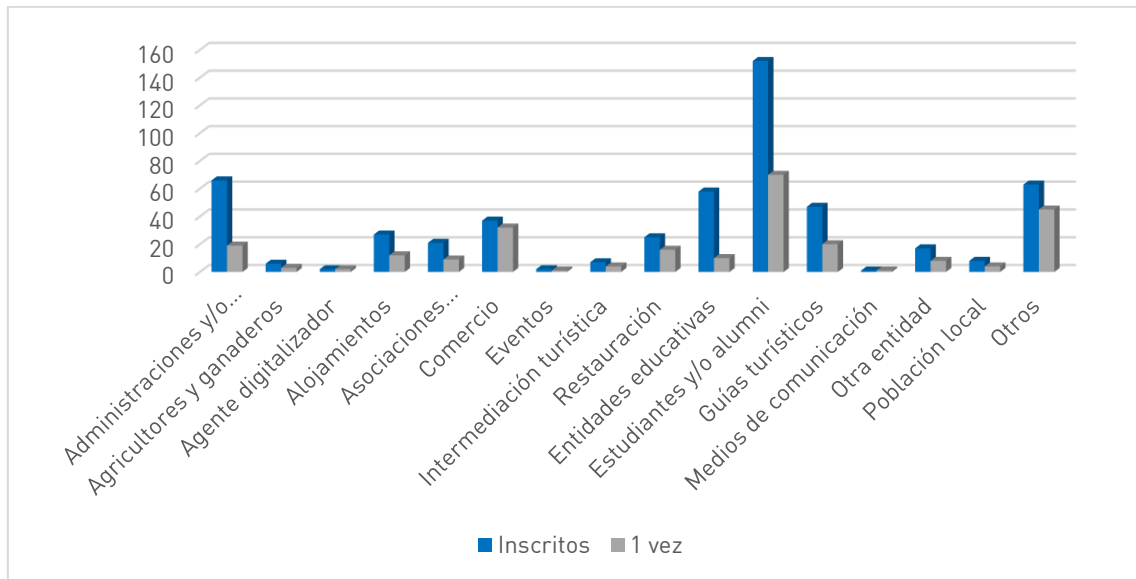
**Gráfico 4. Porcentaje inscritos 1 vez por sector**



Fuente: Elaboración propia

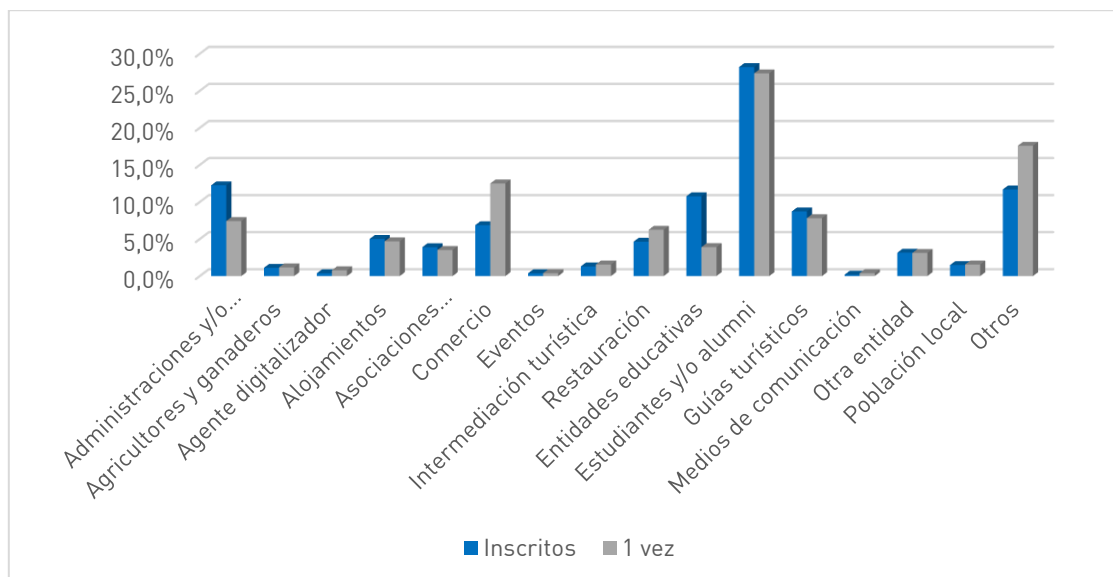
Pero para tener una mejor comparativa de los inscritos totales a todas las acciones formativas y los que se han inscrito una vez, o por primera vez y luego han repetido a alguna o todas las acciones, se adjunta un gráfico que muestra el comportamiento de asistencia por sectores en valor absoluto (gráfico 5) y por porcentajes (gráfico 6).

Gráfico 5. Comparativa asistencia en valor absoluto



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6. Comparativa asistencia en porcentaje

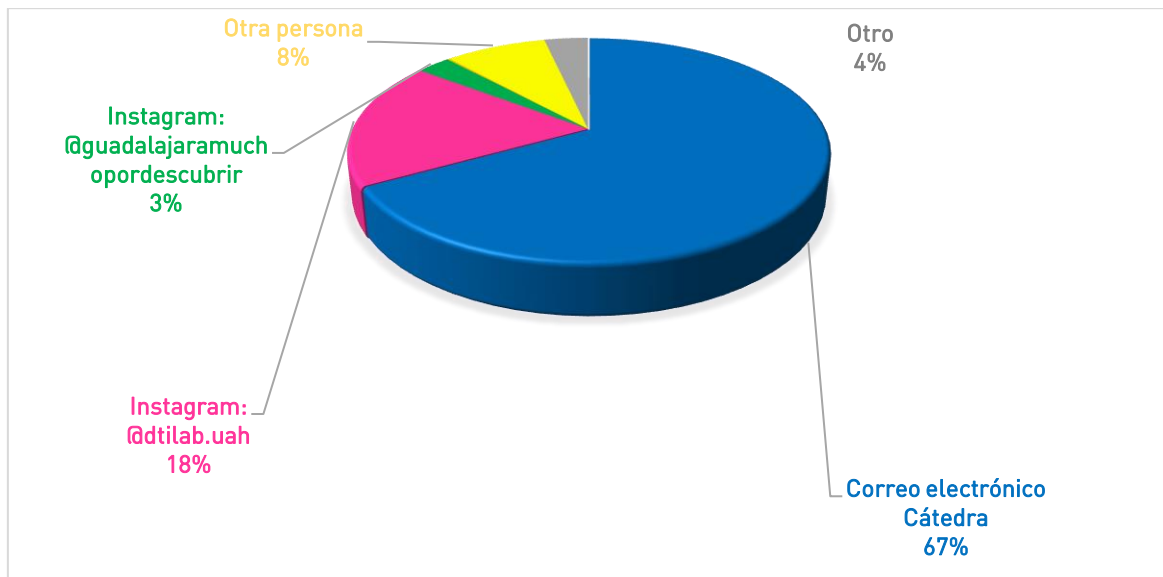


Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar, al ver el gráfico 6, como el comercio ha sido uno de los sectores que ha tenido un alto grado de participación única, es decir, han asistido por primera vez o una sola vez más personas que en comparación con el total de inscritos a todas las acciones formativas de este sector, representando un 6,2% del total de participantes a todas las acciones formativas, y un 12,5% del total de personas que han asistido una vez o por primera vez.

Por último, cabe analizar el canal de comunicación de las acciones formativas y del acceso a la inscripción de las mismas. Así, el 67% de los participantes han asistido a través de la comunicación emitida por correo electrónico de la Cátedra Guadalajara DTI, un 18% han tenido conocimiento de las acciones a través del canal de Instagram de la cátedra y un 3% a través del canal de Instagram de Turismo de Guadalajara. Es destacable que un 8% han conocido las acciones formativas y han asistido a través de otra persona, y un 4% han tenido acceso a las acciones a través de otro canal, entre los que se han detallado: i) la web del ayuntamiento; ii) whatsapp; iii) profesores.

Gráfico 7. Canales de comunicación y acceso a las acciones



Fuente: Elaboración propia