



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PLAN DE CAPACITACIÓN DIRIGIDA A LAS PERSONAS DE LA
COMUNIDAD DE RUMICUCHO PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTON
QUITO CON LA FINALIDAD DE MEJOR LA ATENCION AL TURISTA

Proyecto de investigación previo a la obtención de título de Tecnólogo en
Administración Turística y Hotelera.

Autora: Jhanina Maritsa Cevallos Torres

Tutor: Lcdo. Rogelio Vargas

Quito, Junio de 2016

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Jhanina Maritsa Cevallos Torres

CC: 1712675725

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jhanina Maritsa Cevallos Torres alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Jhanina Maritsa Cevallos Torres

CC: 1712675725

CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante Jhanina Maritsa Cevallos Torres.

Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el **"CEDENTE"**; y, por otra parte, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA**, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el **"CESIONARIO"**, Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de **ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"CAPACITACIÓN A LA POBLACIÓN DE RUMICUCHO SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS RUINAS PREINCAICAS DE LA LOCALIDAD"**, el cual incluye el diseño de material de exposición innovador, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del material de exposición, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos

De autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita

Todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el recetario, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción a) La reproducción del recetario por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del recetario; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, del recetario; e) La protección y registro en el IEPI del recetario, a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del recetario; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACION DEL CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste,

Será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a la dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito, f) El idioma de arbitraje será el

Español; y, g) La reconvención, en caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SEPTIMA: ACEPTACION.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 25 días del mes de noviembre del dos mil quince.

f) _____

f) _____

C.C. No. 1712675725

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, a las autoridades, a mi tutor, quienes guiaron y ayudaron con el trabajo investigativo a mis maestros quienes nos guían por el camino del saber, del valor y del respeto preparándonos día tras día para conseguir la meta tan anhelada.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis hijos, mi esposo, y en especial a mi hermana Maty que forman parte fundamental de mi mundo quienes con su amor y comprensión me dan su apoyo incondicional, doy gracias a Dios por estar a mi lado y derramar sus bendiciones.

Índice General

DECLARATORIA.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL .iv	
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
Resumen Ejecutivo.....	xii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
CAPITULO I.....	1
1.00 Antecedentes	1
1.01. Contexto	3
1.01.01. Capacitación.....	6
1.01.02 Donde aplicar la capacitación.....	7
1.01.03 La capacitación como inversión	9
1.01.04 Capacitación y comunidad: los efectos sociales de la capacitación	9
1.01.05 Cuáles son los beneficios de capacitar	10
1.02. Justificación	11
1.03 Definición del problema central	12
CAPITULO II	14
2.01. Mapeo de involucrados	14
2.02. Análisis de Involucrados	15
CAPITULO III.....	19
3.00 Problemas y objetivos	19
3.01 Árbol de problemas	19
3.02 Árbol de Objetivos	20
CAPITULO IV.....	21
4.00 Análisis de Alternativas	21
4.01. Matriz de resultados del árbol de problemas	21
4.02. Matriz de análisis de impactos de objetivos.....	22

4.03 Diagrama de estrategias	23
4.04. Matriz de Marco Lógico.....	24
CAPITULO V	25
5.00 Propuesta	25
5.01 Antecedentes	26
5.01.01 ¿Qué es plan?.....	26
5.01.01.01 Atención al Turista.....	31
5.01.01.02 La Calidad Humana y la calidad de servicio en el turismo	39
5.01.01.02 Calidad y Lujo	41
5.02. Análisis FODA	44
Entrevista.....	44
5.03. Población de Muestra.....	45
5.04. Procedimientos de la información.....	46
5.04.01 Objetivo	46
5.04.02 Recolección de la información	46
5.04.03 Análisis de la información.....	46
5.05 Descripción de la herramienta.....	57
5.06 Formulación del proceso de la aplicación de la propuesta.....	57
CAPITULO VI.....	59
6.00 Aspectos administrativos	59
6.02. Presupuesto	60
6.03 Cronograma.....	61
CAPITULO VII	62
7.00 Conclusiones y Recomendaciones	62
7.01. Conclusiones	62
7.02 Recomendaciones.....	63
Bibliografía	¡Error! Marcador no definido.
Planeación integral del turismo, Sergio Molina, 2015	¡Error! Marcador no definido.
El plan de marketing en la práctica, Esic editorial, 2012	¡Error! Marcador no definido.

Índice de Tablas

Tabla N° 1 Escalas.....	12
Tabla N° 2 Análisis de fuerzas T.....	13
Tabla N° 3 Análisis de Involucrados.....	15
Tabla N° 4 Matriz de análisis de involucrados.....	16
Tabla N° 5 Matriz de análisis de alternativas.....	21
Tabla N° 6 Matriz de Análisis de impacto de objetivos.....	22
Tabla N° 7 Matriz de Marco Lógico.....	24
Tabla N° 8 Análisis FODA.....	44
Tabla N° 9 Recursos.....	59
Tabla N° 10 Presupuesto.....	60

Índice de Figuras

Figura N° 1 Mapeo de Involucrados.....	14
Figura N° 2 Árbol de problemas.....	19
Figura N°3 Árbol de Objetivos.....	20
Figura N° 4 Diagrama de Estrategias.....	23

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como objetivo realizar la capacitación a la población de Rumicucho perteneciente a la parroquia de San Antonio de Pichincha para que conozcan sobre la importancia de esta fortaleza preincaica asentada en su localidad, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario que se lo realizara a los habitantes de mencionado sector, con los resultados obtenidos se podrá capacitar a los habitantes de Rumicucho para que puedan brindar un mejor servicio al Turista que visita a diario este sitio arqueológico. Según estudios realizados se pudo constatar que las personas que atienden en el lugar son los que habitan en la comunidad de Rumicucho y se creen dueños de este sitio porque está ubicado en ese sector, ellos se limitan a cobrar una entrada por persona y no saben dar servicio de información cuando los turistas les preguntan sobre estas ruinas de Rumicucho, además no cuentan con guías turísticas para dar información a las personas que visitan este importante lugar, por eso es importante y urgente capacitarles a todas estas personas que colaboran todos los días cuidando dicho lugar, para que ellos sean los encargados de informar al turista de la gran importancia que tuvo este lugar como por ejemplo que aquí hacían solsticios, equinoccios, festejaban los inti raymis y las fiestas de la cosecha. El objetivo de este proyecto es que la comunidad de Rumicucho se ha beneficiada con la llegada de turistas para que incrementen sus ingresos económicos y puedan utilizar estos recursos para ser autosustentables en el cuidado del lugar.

ABSTRACT

This project aims to conduct training Rumicucho population belonging to the parish of San Antonio de Pichincha to know about the importance of this pre-Inca fortress seated in your area, was used as technical survey and the questionnaire as a tool it would undertake the inhabitants of that sector, with the results obtained may enable the inhabitants of Rumicucho so they can provide better service to tourists visiting the archaeological site daily. According to studies it was found that people who serve in the place are those living in the community Rumicucho and site to be created because it is located in this area, they are limited to charging one entry per person and do not know to information service when tourists ask them about these ruins Rumicucho also do not have guidebooks to give information to people who visit this important place, so it is important and urgent to empower all these people who work every day caring that place, that they are responsible to inform tourists of the great importance of this place such as here did solstices, equinoxes, celebrating the inti raymis and harvest festivals. The objective of this project is that the community has benefited Rumicucho tourist arrivals to increase their income and to use these resources to be self-sustaining in the care of the place.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad Rumicucho permite una visión amplia del cerro de La Marca y del Cayambe, elevaciones que forman una línea horizontal en sentido este-oeste por donde atraviesa exactamente el sol durante su equinoccio, por esto se cree que el Pucará de Rumicucho fue también un lugar de culto al Sol.

Como todo Pucará Andino fue utilizado para actividades militares. El espacio arquitectónico demuestra que poseía dos áreas: una ceremonial en la tercera terraza y un espacio de consumo de alimentos o tal vez lugar de ritos, en la primera y segunda terraza. La quinta terraza y los espacios laterales se cree fueron habitaciones.

Este proyecto busca beneficiar directamente a los habitantes de la comunidad de Rumicucho, para adquirir unos conocimientos y dar un mejor servicio al turista que visita las mismas.

El presente proyecto será factible ya que se dispone de fuentes de consulta y personas con capacitación que aportaran en el mismo para poder concluirlo, Además los recursos económicos para el proyecto son aportados voluntariamente por los involucrados en el mismo.

CAPITULO I

1.00 Antecedentes

En el siguiente capítulo buscaremos la información necesaria para el plan de capacitación a la población de la comunidad de Rumicucho, que permitan brindar servicio de calidad a los Turistas, con la implementación de este proyecto se buscará brindar un mejor servicio a los turistas.

Para la realización de este proyecto se utiliza bibliografía, internet y principalmente investigación de campo.

Tema: "Como realizar un proyecto de capacitación"

Autor: Abraham Pain

Institución: Granica

Año: 2012

Conclusión: La capacitación del personal debe responder a las demandas que generan los acontecimientos cotidianos, anticipando los recursos y medios para la implementación de un proyecto de desarrollo.

Tema: Alcanzar la Excelencia del Servicio al Cliente

Autor: John Tschohl

Institución: Time

Año: 2013

Conclusión: El servicio al cliente es el nuevo estándar por el cual el Cliente juzga a una empresa. El logro de la excelencia a través del servicio al cliente revela cómo hacer que el servicio al cliente excepcional no sólo sea un eslogan, sino el enfoque central de la estrategia de gestión.

Tema: Planeación integral del turismo

Autor: Sergio Molina

Institución: Bufago

Año: 2015

Conclusión: Esta propuesta tiene como finalidad presentar lo que considero los fundamentos de lo que debe ser la planeación del Turismo Sustentable; uno de los más importantes tiene que ver con la necesidad de considerar al turismo como parte de una propuesta global de planeación del desarrollo nacional.

Autor: Alfonso Siliceo

Institución: Editorial limusa S.A. de C.V.

Año: 2013

Conclusión: En esta obra encontrará un poderoso conjunto de estrategias prácticas para fomentar el desarrollo en su lugar de trabajo y/o mejorar el desempeño de su negocio.

Autor: El plan de marketing en la práctica

Institución: Esic editorial

Año: 2012

Conclusión: Seleccionado como uno de los 20 mejores libros de gestión por la revista capital

1.01.Contexto

En 1692 se produce una invasión de indígenas a las tierras de Rumicucho protagonizada por los yanaconas con sus caciques. Ambos tomaron posesión de 39 caballerías y 14 cuadras de tierra (aproximadamente 440 hectáreas) la ocupación se dio en lugares distintos. Fueron cinco los caciques de San Antonio de Lulumbamba que procedieron a ocupar sus antiguas tierras por la fuerza, probablemente ante la falta de espacio cultivable o también debido al crecimiento demográfico. La población involucrada fue de 118 tributarios, 53 reservados, 69 muchachos, 42 viudas y 87 ausentes, en total 369 individuos (Almeida, 1984)

Rumicucho antes de la ocupación incaica, por los resultados hasta ahora alcanzados en la investigación, de manera especial en lo relacionado con la arquitectura y la cerámica, resulta poco probable que las ruinas de Rumicucho hayan sido construidas antes de la llegada de los Incas al norte del Ecuador.

A pesar de ello, el análisis de la cerámica muestra que ciertos tipos alfareros pertenecen a un grupo cultural tardío identificado en la Sierra Norte, en el área Caranqui, Guayllabamba por el sur, y el río Chota por el norte.

En este espacio, según el testimonio etnohistórico (Larraín 1980: 107), habitaron diferentes etnias como las de los Caranquis, Otavalos, Cayambis, etc., que, ante la inminente invasión Inca, se unieron para hacer frente al enemigo común. Un elemento cultural típico en el territorio antes delimitado son las grandes concentraciones de tolas o montículos artificiales, construidos mediante el uso de bloques de cangahua y tierra, como los descubiertos en Cochasquí, Cayambe, Caranqui, etc. En los sitios de tolas es común encontrar una cerámica casi uniforme, destacándose la presencia de vasijas trípodes y de forma de zapato, y platos grandes conocidos como tostadores. (Almeida, 1984)

El registro arqueológico en las ruinas de Rumicucho y en los terrenos inmediatos se caracteriza por la mezcla de elementos cerámicos propios de la zona de tolas.

Con alfarería de origen Inca. Hasta la presente fecha no se ha encontrado en las ruinas una superposición estratigráfica de los restos culturales antes señalados. En atención a esta realidad, hasta hoy incuestionable, creemos que las ruinas de Rumicucho fueron construidas (probablemente por Túpac Yupanqui) a raíz de la invasión Inca al norte del Ecuador.

La construcción de Rumicucho, la mayoría de historiadores coinciden en afirmar que el Inca Túpac Yupanqui fue el primero que llegó a los antiguos territorios de Quito, ocupó esta zona y estableció un asentamiento que permitió el control de las nuevas comarcas anexadas. De acuerdo con la costumbre de los soberanos cuzqueños, el estado tenía que organizar su autoridad en las nuevas zonas conquistadas, pues de no haber la presencia física, se corría el riesgo de perder los pueblos ganados. Para afianzar esta dominación, tanto Túpac Yupanqui como Huayna Capac edificaron un centro administrativo en la zona de Quito (Andrade 1981: 83) y quizá también “impresionados por la verticalidad del sol, considerado Dios y Padre de su estirpe por los monarcas cuzqueños”, decidieron edificar un templo destinado a la veneración de la máxima divinidad del Imperio.

De esta manera, en la zona recientemente incorporada quedaba establecido el control político militar y religioso. No podríamos asegurar si en esta primera incursión se construyó Rumicucho o tal vez se inició su construcción. Como es sabido, al regreso de Túpac Yupanqui al sur, se perdió prácticamente el control de estas tierras, razón por la cual años más tarde Huayna Cápac tuvo que reemprender la pacificación de estos territorios. Probablemente para esta época (Salvador, 1972)

El Pucará estuvo ya funcionando como fortaleza de defensa de la ciudad de Quito por el norte, la función del Pucará de Rumicucho, en el estado actual de las investigaciones, creemos que Rumicucho debió satisfacer dos necesidades básicas de la cultura o culturas asentadas en el Valle Equinoccial.

- a) La primera de tipo militar en cuanto fue un campamento base o fortaleza ofensiva desde la cual los Incas iniciaron la conquista de los pueblos del otro lado del río Guayllabamba.
- b) La segunda de tipo religioso, en la medida que el sol era la máxima divinidad del poblador andino. Los Incas habían considerado la zona ecuatorial como ideal para establecer un sitio de adoratorio. El aspecto religioso iba acompañado del astronómico, pues tanto el calendario como la organización misma del pueblo se basaban en el conocimiento de solsticios y equinoccios. En las sociedades aborígenes de la época prehispánica la astronomía fue de gran importancia, a más de que se hallaba

El Pucará de Rumicucho es un sitio arqueológico ecuatoriano ubicado en la parroquia de San Antonio, en el cantón de Distrito Metropolitano de Quito, en la provincia de Pichincha. Posee una extensión de casi 3 ha construida sobre una colina cercana al lugar en que la Misión Geodésica Francesa fijó la mitad del mundo. Fue construida por los incas entre los años 1480 y 1500 para fines militares aunque por la distribución de su espacio arquitectónico pudo haber servido también para los asuntos religiosos, sin embargo se han hallado materiales que revelan la ocupación anterior y simultánea de pobladores locales como los panzaleos quitus, caranquis y cuasmal. (Salvador, 1972)

Se encuentra a minutos del monumento de la Mitad del Mundo. Para llegar desde Quito se toma la autopista Manuel Córdova Galarza, luego se continúa por la vía antigua a San José de Minas aproximadamente 2.5 kilómetros. Se debe pasar por una carretera cubierta de materiales de construcción. Las Ruinas de Rumicucho se encuentran al final de un sendero que sale de este camino principal.

1.01.01. Capacitación

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Concretamente, la capacitación:

- Busca mejorar el servicio que brindan el personal al turista.
- Partiendo desde las necesidades que se observan.
- En un proceso definido con metas bien establecidas

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente.

Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto.

Dados los cambios continuos en la actividad de las organizaciones, prácticamente ya no existen puestos de trabajo estáticos. Cada persona debe estar preparada para ocupar las funciones que requiera la empresa. (Paim, 2012)

El cambio influye sobre lo que cada persona debe saber, y también sobre la forma de llevar a cabo las tareas una de las principales responsabilidades de la supervisión es adelantarse a los cambios previendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada persona.

1.01.02 Dónde aplicar la capacitación

Los campos de aplicación de la capacitación son muchos, pero en general entran en una de las cuatro áreas siguientes:

a) Inducción

Es la información que se brinda a los empleados recién ingresados. Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante. El departamento de RRHH establece por escrito las pautas, de modo de que la acción sea uniforme y planificada.

b) Entrenamiento:

Se aplica al personal operativo. En general se da en el mismo puesto de trabajo. La capacitación se hace necesaria cuando hay novedades que afectan tareas o funciones, o cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo. Las instrucciones para cada puesto de trabajo deberían ser puestas por escrito.

c) Formación básica:

Se desarrolla en organizaciones de cierta envergadura; procura personal especialmente preparado, con un conocimiento general de toda la organización.

(Paim, 2012)

Se toma en general profesionales jóvenes, que reciben instrucción completa sobre la empresa, y luego reciben destino. Son los "oficiales" del futuro.

d) Desarrollo de Jefes

Suele ser lo más difícil, porque se trata de desarrollar más bien actitudes que conocimientos y habilidades concretas. En todas las demás acciones de capacitación, es necesario el compromiso de la gerencia. Aquí, es primordial el compromiso de la gerencia general, y de los máximos niveles de la organización. El estilo gerencial de una empresa se logra no solo trabajando en común, sino sobre todo con reflexión común sobre los problemas de la gerencia. Deberían difundirse temas como la administración del tiempo, conducción de reuniones, análisis y toma de decisiones, y otros.

En cualquiera de los casos, debe planificarse adecuadamente tanto la secuencia como el contenido de las actividades, de modo de obtener un máximo alineamiento. (Tschohl, 2013)

1.01.03 La capacitación como inversión

La organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de sus hombres. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite ver si hay otras tareas de nivel similar que puede realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa. (Paim, 2012)

Otra forma importante en que la organización protege su inversión en recursos humanos es por medio del planeamiento de carrera. Estimula las posibilidades de crecimiento personal de cada colaborador, y permite contar con cuadros de reemplazo.

1.01.04 Capacitación y comunidad: los efectos sociales de la capacitación

La capacitación, aunque está pensada para mejorar la productividad de la organización, tiene importantes efectos sociales. Los conocimientos, destrezas y aptitudes adquiridos por cada persona no solo lo perfeccionan para trabajar, sino también para su vida.

Son la forma más eficaz de protección del trabajador, en primer lugar porque si se produce una vacante en la organización, puede ser cubierta internamente por promoción; y si un trabajador se desvincula, mientras más entrenado esté, más fácilmente volverá a conseguir un nuevo empleo, las

promociones, traslados y actividades de capacitación son un importante factor de motivación y retención de personal. Demuestran a la gente que en esa empresa pueden desarrollar una carrera, o alcanzar un grado de conocimientos que les permita su "empleabilidad" permanente. (Paim, 2012)

1.01.05 Cuáles son los beneficios de capacitar

La capacitación permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal, que ocurre generalmente entre los empleados más antiguos si no han sido reentrenados.

También permite adaptarse a los rápidos cambios sociales, como la situación de las mujeres que trabajan, el aumento de la población con títulos universitarios, la mayor esperanza de vida, los continuos cambios de productos y servicios, el avance de la informática en todas las áreas, y las crecientes y diversas demandas del mercado. Disminuye la tasa de rotación de personal, y permite entrenar sustitutos que puedan ocupar nuevas funciones rápida y eficazmente.

1.02. Justificación

La comunidad de Rumicucho no está preparada o capacitada para dar información a los visitantes sobre el este lugar turístico que se encuentra ubicado en el cantón Quito, parroquia de San Antonio de Pichincha, comunidad Rumicucho. Esta es de gran importancia en el sector turístico del país tanto por su historia milenaria así como su significado ancestral en la comunidad.

Este trabajo va enfocado a resolver los problemas que tienen la comunidad en mención al servicio que se brinda al turista.

Todos los días visitan gran cantidad de turistas el Pucará de Rumicucho, pero es lastimoso ver que existe escasa información sobre este importante lugar.

Por eso es urgente y necesario que sean capacitados las personas de Rumicucho con el fin informar de manera eficaz al turista nacional o extranjero.

El turismo es una de las principales fuentes de ingreso del país y en este sector eso no es aprovechado, por tal motivo la realización de este proyecto es viable para que sirva de ayuda tanto a los turistas como a la comunidad.

1.03 Definición del problema central

En la comunidad de Rumicucho ubicada provincia de Pichincha, cantón Quito, Parroquia de San Antonio de Pichincha, se encuentra la comunidad de Rumicucho y los habitantes de este lugar no pueden brindar buen servicio a los turistas porque no tienen conocimientos de su historia, ni educación sobre atención al turista con este proyecto capacitaremos a los pobladores sobre la riqueza del sitio arquitectónico donde se encuentran asentados.

Tabla N° 1
Escala

1	Bajo
2	Medio Bajo
3	Medio
4	Medio Alto
5	Alto

Elaborado Por: Jhanina Cevallos

Análisis

La comunidad de Rumicucho no se encuentra capacitada para brinda atención al turista, por tal motivo el presente proyecto tienen como finalidad ayudar a solucionar esta problemática, en el cuadro mostrado con anterioridad se muestra las escalas del índice de conocimiento siendo 1 la más baja y 5 las mas alta dentro de estos índices los mismo que se mostrara su significado en el siguiente cuadro.

Tabla Nº 2
Análisis de Fuerzas T

Situación empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Pobladores de la comunidad de Rumicucho sin conocimientos sólidos para la atención al turista.	Escasa Capacitación a las personas de la comunidad de Rumicucho sobre atención al cliente.				Pobladores de la comunidad de Rumicucho capacitados para brindar un servicio de calidad en cuestión turística.
Fuerzas impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Recursos económicos suficientes para las calificaciones.	5	5	5	2	Escasos recursos económicos para realizar las capacitaciones.
Apoyo del Ministerio de Turismo	5	5	5	1	Sin apoyo del Ministerio de Turismo
La Comunidad de Rumicucho da un excelente servicio de turismo.	5	5	5	1	Pésimo servicio de la comunidad al Turista.
Predisposición de las personas para ser capacitados y ser incluidos en el proyecto	5	5	5	1	Comunidad desmotivada, poco interés en el aprendizaje.
Tomar a la capacitación como una oportunidad de crecer personal y económicamente.	5	5	5	1	La comunidad no aprovecha la capacitación brindada ni en lo personal como en lo económico.

Elaborado por: Jhanina Cevallos

Análisis

En el presente cuadro mostramos la situación empeorada, actual y mejorada a base de estos datos podemos contribuir al proyecto para saber las necesidades y mejores que debemos implementar en la capacitación a la comunidad.

CAPITULO II

2.01. Mapeo de involucrados

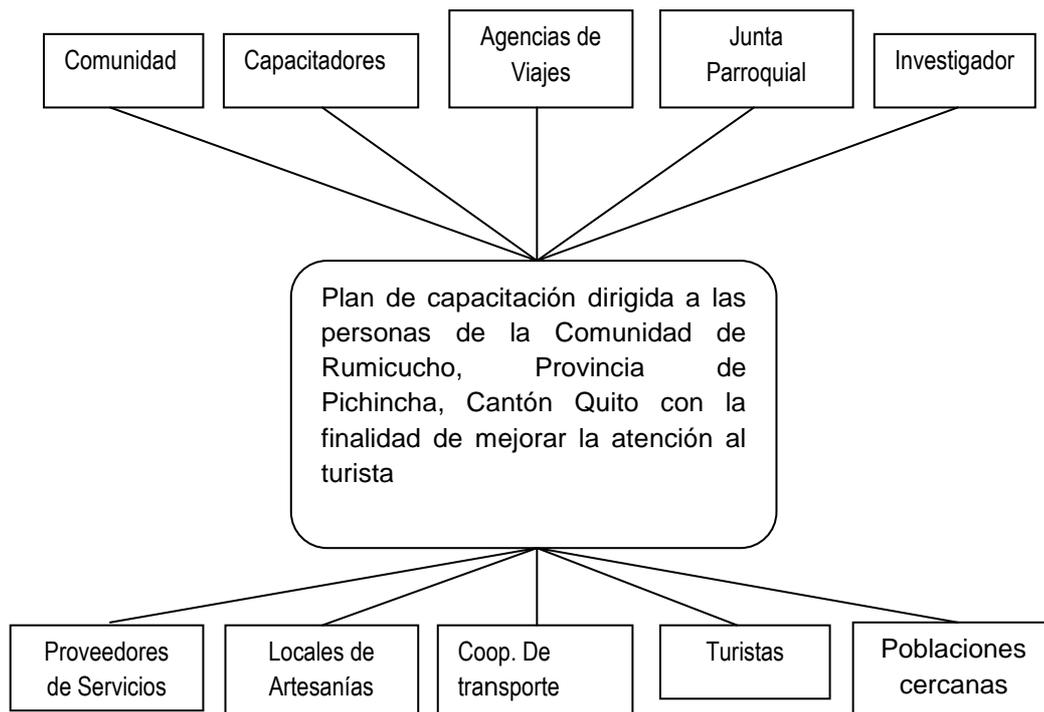


Figura N° 1
Mapeo de involucrados
Elaborado por : Jhanina Cevallos

Análisis

En el cuadro mostrado con anterioridad se muestra el beneficio que se obtendrá con la ejecución del proyecto, teniendo como objetivo principal en beneficio para los pobladores de la comunidad de Rumicucho y poblaciones cercanas.

2.02. Análisis de Involucrados

Tabla N°3
Análisis de Involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
Comunidad	X		50%
Capacitadores	X		15%
Agencias de Viajes	X		5%
Investigador	X		5%
Junta parroquial	X		5%
Proveedores de servicios		X	5%
Locales de artesanías		X	5%
Coop. de transporte		X	5%
Turistas		X	3%
Poblaciones cercanas		X	2%
Total			100%

Elaborado por: Jhanina Cevallos

Análisis

En esta tabla se clasificaran los beneficiarios directos e indirectos y se asigna un porcentaje adecuado de acuerdo al beneficio que se tendrá al finalizar el proyecto del tema y poder darnos cuenta que todo los beneficiarios tiene un porcentaje hasta llegar al 100%.

Tabla | 4
Matriz de análisis de involucrados

Actores Involucrados	Intereses sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos mandatos capacidades	Intereses sobre el proyecto	conflictos potenciales
Comunidad	Capacitar a las personas de Rumicucho para brindar un servicio de calidad a los turistas	Escasa información al turista por parte de la comunidad de Rumicucho	Despreocupación por autoridades en capacitar a la comunidad	Capacitar a la comunidad de Rumicucho para brindar un servicio de calidad al turista nacional y extranjero	Comunidad si deseos de superación y conformismo con sus cocimientos
proveedores de servicios	Capacitar/ asesorar a las personas de la comunidad para que implemente servicios de Alojamiento, transporte y alimentación.	Escasa oferta de servicios	Personas de escasos recursos sin acceso a prestamos	Demostrar a la comunidad la importancia de implementar servicios e el sector	Falta de crédito por parte de instituciones financieras
hoteles	Brindar u servicio de calidad bajo la normas y parámetros que establece la ley.	limitada infraestructura hotelera	no existe la afluencia del turista necesaria para fomentar la implementación de servicios e la comunidad	Demostrar a la comunidad la importancia de implementar infraestructura hotelera	Falta de atractivos turísticos en el sector Poca afluencia de turista
Trasportistas	Trasportistas capacitados y con unidades adecuadas para el traslado del turista	Unidades de transporte e mal estado o adecuadas para el transporte del turista	Comunidad de escasos recursos si apoyo de autoridades como para cambiar su parque automotriz	Buscar medios de ayuda para el parque automotriz de la comunidad	no contar con el apoyo de instituciones

Actores Involucrados	Intereses sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos mandatos capacidades	Intereses sobre el proyecto	conflictos potenciales
Restaurantes	Motivar a las personas de Rumicucho para implementar restaurantes en la zona	Escasa infraestructura de restaurantes	Despreocupación por parte de la comunidad y autoridades por brindar servicios.	Dar a conocer a la comunidad la importancia de la implementación de restaurantes en una zona turística	Comunidad si deseos de superación y conformismo con sus cocimientos
Centros de información	Dar a conocer a la comunidad de rumicucho la importancia de implementar un centro de información para el turista	Falta de capacitación en la comunidad	no existe el interés autoridades de implementar un centro de información	Implementar un centro de información	no obtener la ayuda necesaria por parte de las autoridades competentes
Locales de artesanías	Implementar locales de artesanías para fomentar el comercio y obtener recursos económicos	limitada infraestructura	no existe la afluencia del turista necesaria para fomentar la implementación de locales de artesanías	Incentivar a la comunidad a la implementación de locales de artesanías	no interés de la comunidad
Capacitadores	Capacitar a la comunidad de rumicucho con personal capacitador y conocedor del tema	no existe apoyo de las autoridades pertinentes	Falta de recursos para la contratación de personal capacitado	Buscar medios de ayuda para contratar personal capacitado	no se cuenta con el apoyo de instituciones

Actores Involucrados	Intereses sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos mandatos capacidades	Intereses sobre el proyecto	conflictos potenciales
Tiendas aledañas	Motivar a las personas de Rumicucho para implementar tiendas en la zona	Escasa infraestructura	Despreocupación por parte de la comunidad y	Dar a conocer a la comunidad la importancia de la implementación de tiendas en una zona turística	Comunidad si deseos de superación y conformismo con sus cocimientos
Investigador	Investigar las necesidades de la comunidad de Rumicucho para implementar el proyecto que ayude a mejorar la situación actual	Limitada formación sobre el sitio turístico	Conocer e investigar mas acerca del sitio a promocionar	Implementar un cetro de información	no obtener la ayuda necesaria por parte de las autoridades competentes
Poblaciones cercanas	Trabajar e conjunto con las poblaciones mas cercanas para incentivar el turismo	no existe colaboración mutuo entre las poblaciones	Trabajar con las instituciones de poblaciones cercanas para fomentar el turismo	Incentivar a la comunidad a trabajar e conjunto con poblaciones cercanas	escaso interés de la comunidad
Turistas	Capacitar a la comunidad de rumicucho para brindar un servicio de calidad	Poca afluencia de turistas	Contratar personal capacitado	Auto gestión económica para contratar personal capacitado	no contar con el apoyo de instituciones

Elaborado por: Jhania Cevallos

CAPITULO III

3.00 Problemas y objetivos

3.01 Árbol de problemas

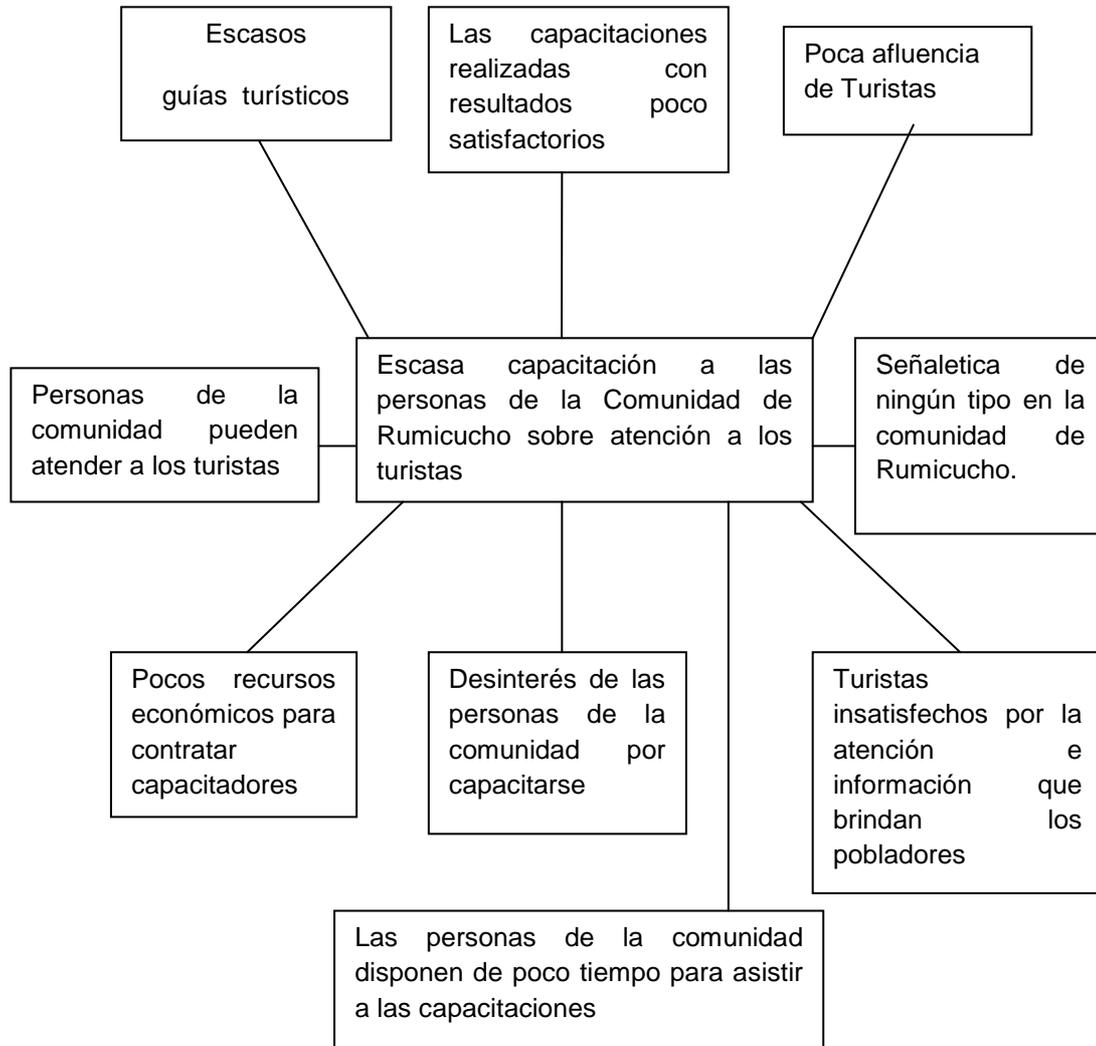


Figura N° 2
Árbol de problemas
Elaborado por: Janina Cevallos

Análisis

En el cuadro se muestra la problemática de la comunidad de Rumicucho, así como los efectos que producen y las consecuencias que traen.

3.02 Árbol de Objetivos

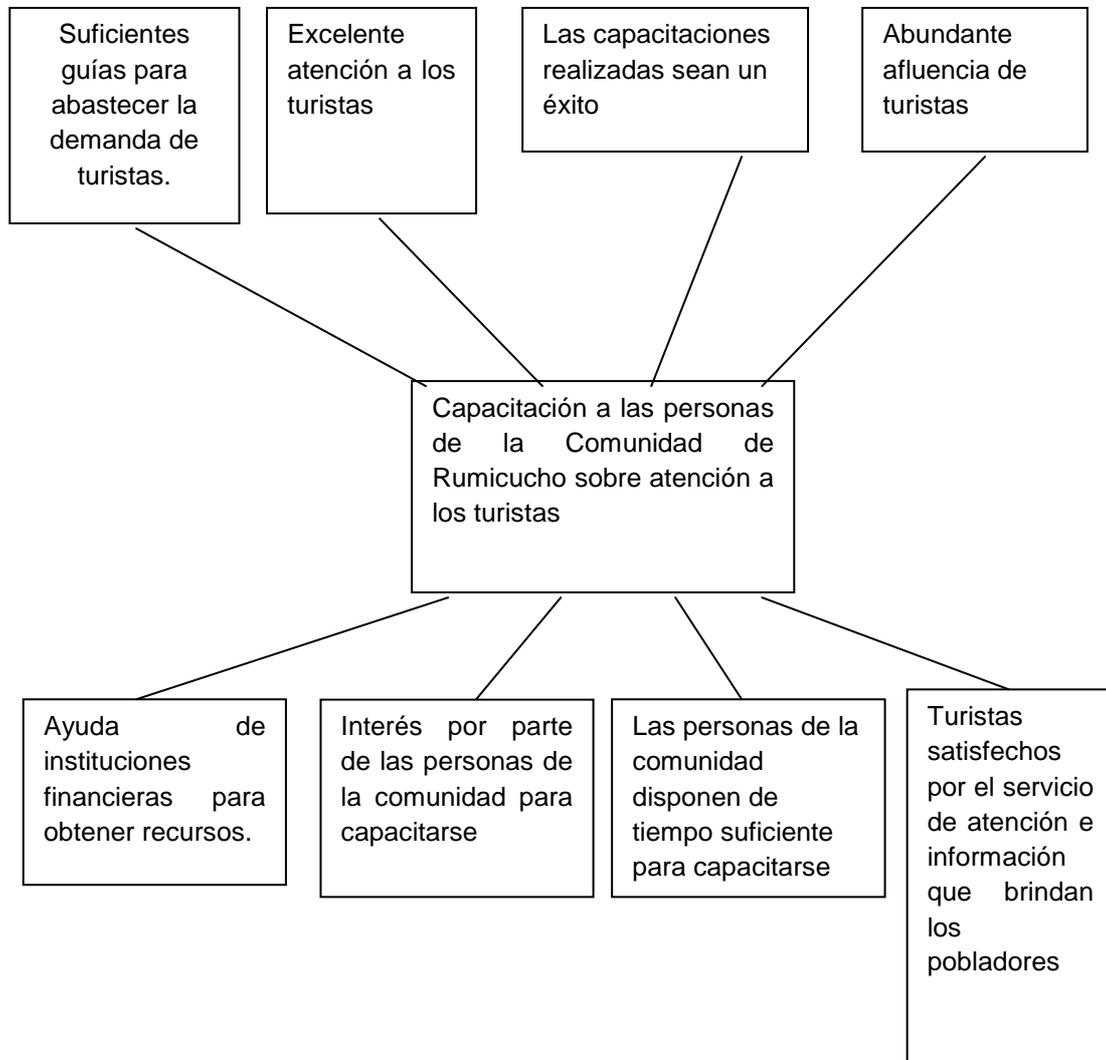


Figura N° 3
Árbol de Objetivos
Elaborado por: Janina Cevallos

Análisis:

En el cuadro mostrado con anterioridad nos muestra todas las deficiencias que posee la comunidad de Rumicucho y también contiene las mejores de aplicarse el proyecto, y los beneficios que conllevan al brindar un mejor servicio al turista nacional como extranjero.

CAPITULO IV

4.00 Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de resultados del árbol de problemas

Tabla N° 5
Matriz de Análisis de Alternativas
Elaborado por: Jhanina C.

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Facilidad Técnica	Facilidad financiera	Facilidad Política	Total	Categorías
Personas de la comunidad pueden atender a los turistas	3	2	2	1	11	Media Baja
Las personas de la comunidad disponen de tiempo suficiente para capacitarse	3	3	3	2	14	Media Alta
Turistas satisfechos por el servicio de atención e información que brindan los pobladores	3	3	4	3	15	Media Alta
Interés por parte de las personas de la comunidad para capacitarse Las personas de la comunidad están interesadas para capacitarse	2	1	2	2	11	Media Baja
1 – 5 Baja 6-11 Media Baja 12 – 15 Media Alta 18 – 20 Alta						

Análisis:

En el cuadro se muestra con puntuación la problemática de la comunidad de Rumicucho en diversos ámbitos como por ejemplo el político y el servicio que se brinda actualmente al turista.

4.02. Matriz de análisis de impactos de objetivos

Tabla N° 6
Impacto de objetivos

Objetivos	de Factibilidad Lograrse	en Impacto genero	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total
suficientes recursos económicos para contratar capacitadores	2	2	2	2	1	22-32 Baja
Disponer de recursos económicos suficientes para contratar capacitadores	2	2	2	2	2	33-44 Media baja
Personas de la comunidad con interés para capacitarse	2	4	2	2	1	45-66 Media alta
Que los turistas queden satisfechos por la atención recibida por parte de las personas de la comunidad.	2	1	1	2	2	67- 88 Alta
La disponibilidad de las personas de la comunidad para ser capacitadas.	4	4	4	4	2	
Total	12	13	11	12	8	
Indicadores Alto 4 – Medio 2 – Bajo 1						

Elaborado por: Jhanina Cevallos

Análisis

En cuadro mostrado se ilustra los objetivos principales del proyecto así como parámetros en cuanto a lo económico y tiempo que dispone la población para ser capacitada, el principal objetivo es la capacitación de la comunidad de Rumicucho.

4.03 Diagrama de estrategias

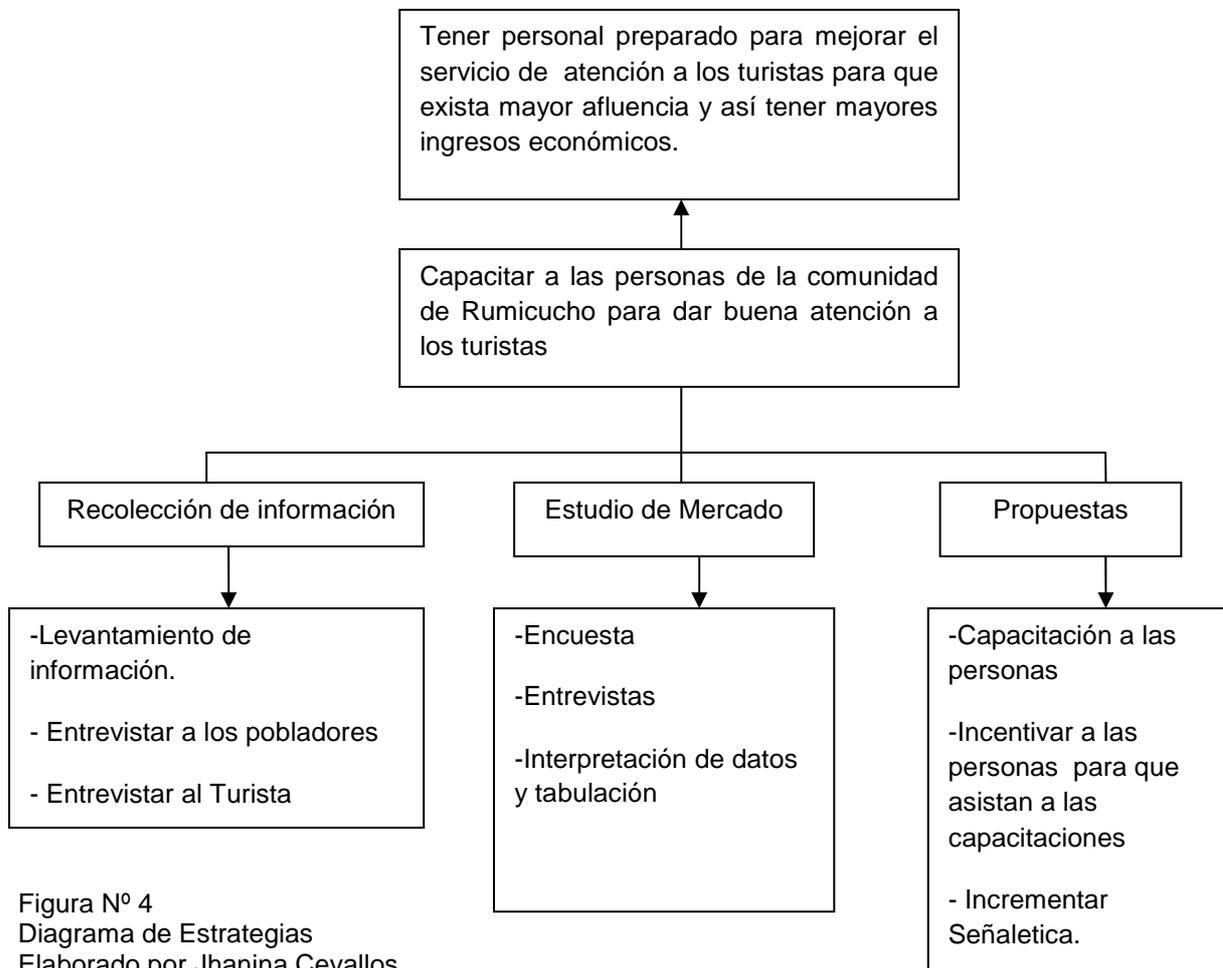


Figura N° 4
Diagrama de Estrategias
Elaborado por Jhanina Cevallos

Análisis

En el cuadro mostrado con anterioridad podemos observar la recolección de datos como se va a realizar los instrumentos a utilizar para la misma, así como también el estudio de mercado que constara de varias etapas, y los métodos de estudio como son la encuesta, entrevistas, interpretación de datos y tabulación, así como la capacitación a la comunidad y las estrategias a utilizar para la captación de las ideas que se desea transmitir.

4.04. Matriz de Marco Lógico

Tabla N° 7
matriz de marco lógico
Elaborado por Jhanina Cevallos

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Obtener un personal capacitado para brindar un servicio de calidad	Incrementar la afluencia de clientes en un 40-50%	Estadísticas	Obtener los materiales adecuados para realizar la capacitación
Servicio idóneo por parte del personal	Alcanzar el 100% de la capacitación al personal	Estadísticas	Personal con buena predisposición para recibir una capacitación
Recolección de Información mediante técnicas como la encuesta.	Aplicar el 100% de los componentes para realizar una buena capacitación	Estadísticas	Contar con el personal adecuado para la aplicación de los componentes
Ejecutar un buen servicio Fortificar el trabajo en equipo Tener de una buena comunicación entre todo el personal de la comunidad de rumicucho Estudiaremos el mercado mediante encuestas, interpretación de datos reales, etc.	Aplicaremos la encuesta a un 60% de clientes que visiten el restaurante	Estudio de campo	La capacitación que ejecutaremos a las personas de la comunidad de rumicucho nos servirá para brindar un servicio de calidad y así mejorar la afluencia de clientes y mejora el servicio

Análisis

En la presente matriz podremos encontrar un análisis de los siguientes objetivos con los que trabajaremos en el trayecto de nuestro proyecto.

En esta matriz nos permite saber lo que deseamos lograr en el proyecto y los métodos que utilizaremos en las diferentes etapas del mismo.

CAPITULO V

5.00 Propuesta

En el cantón Quito, parroquia San Antonio de Pichincha, comunidad de Rumicucho, se ve la necesidad de realizar un plan de capacitación dirigida a las personas de la comunidad de Rumicucho con la finalidad de mejorar la atención al turista, por eso en este capítulo realizaremos un análisis mediante encuestas a los turistas que visitan el cráter del Pululahua ya que ellos tienen los conocimientos necesarios para poder determinar los factores que se debe cumplir para la aplicación del proyecto, para ejecutar el plan se cuenta con dos capacitadores calificados y con la experiencia que el plan amerita, las capacitaciones se realizarán a 3 grupos de 10 personas para un mejor aprendizaje las mismas que se realizan los días sábados con horario de 14:00 a 17:00pm durante dos meses empezando el sábado 5 de marzo y como finalización el 23 de Abril, teniendo que cumplir un total de 24 horas, los temas a tratar serán:

- Atención al turista
- Como brindar un buen servicio
- Emprendimiento y liderazgo
- Sociabilidad con el Turista

Las capacitaciones se llevarán a cabo en el salón de la comunidad de Rumicucho, con la participación del Ing. Marco Kendall Troya (Ing. De plata Sinohydro) y el Ing. Andrés Calvopiña (Empresa Matyces), ambos pertenecientes a la parroquia de San Antonio de Pichincha, el proyecto es totalmente viable puesto que se realizará autogestión ya que los dos profesionales antes mencionados han tenido la predisposición de ayudar en el proyecto que será en beneficio de las personas de escasos recursos.

de la comunidad y para el progreso de la misma, ya que brindando un servicio de calidad aumentaremos la afluencia de turistas.

La modalidad aplicada en la investigación es educativa, en la cual se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento la investigación que fue elaborado previamente y validado para recopilar información según el criterio de los encuestados sobre el tema, la encuesta se realizó a los turistas que visitan el cráter del Pululahua que están inversos en el turismo.

Por tal razón durante el proceso Octubre 2015 – Marzo 2016 se realizó la capacitación a la comunidad de Rumicucho.

5.01 Antecedentes

5.01.01 ¿Qué es plan?

Esta palabra que ahora nos ocupa tiene su origen etimológico en el latín. Así, podemos saber que en concreto emana del vocablo latino planus que puede traducirse como “plano”, un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Un plan económico se encarga de la gestión de la actividad económica de una empresa, un sector o una región, un plan de inversiones establece el destino que se les dará a los recursos financieros de una empresa. (Paim, 2012)

El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. El turismo es un sector económico en crecimiento. Está ligado al uso del patrimonio natural y cultural. La falta de ordenamiento y regulación han dado lugar a un turismo masivo y descontrolado que amenaza al patrimonio, generando problemas sociales que han alterado los modos de vida principalmente de las comunidades. Estas debilidades inciden en la calidad del turismo con una oferta poca diversificada y atención deficiente al turista.

El patrimonio natural y cultural es el conjunto de bienes heredados de los padres y la naturaleza, constituye la memoria de los pueblos y el legado de las nuevas generaciones, lo que marca la diferencia de las sociedades y grupos, dándoles un sentido de identidad.

El vínculo entre el turismo y el patrimonio es directo. El patrimonio tiene un valor de existencia generacional, por lo que no se lo debe considerar como un simple producto clásico de consumo. El turismo puede ser útil para efectuar y beneficiar obras de conservación patrimonial, con la consecuente generación de empleo. Esto tiene un límite donde se percibe una probabilidad de daño sobre las

vertientes del patrimonio y su entorno. Patrimonio y turismo se pueden nutrir mutuamente de manera sana si no se ignora la cosmovisión local.

El turismo en áreas patrimoniales debe considerar como elementos fundamentales los aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales, así como la corresponsabilidad entre los actores locales y los turistas. Es necesario concebir un modelo de turismo basado en la valorización del patrimonio como generador de valor agregado para las poblaciones locales, afirmando la necesidad de revertir el modelo de consumismo por un modelo de desarrollo social, con identidad, económico y ambientalmente sostenible.

Las comunidades Pueblos y Nacionalidades proyectan al turismo comunitario como una actividad económica de gran envergadura, para dinamizar económica, turística, social, ambiental y culturalmente al País. Considera que una de las mayores amenazas para el desarrollo de esta actividad, está en los poderes económicos y políticos que promueven el modelo privado discriminatorio, con sus permanentes pretensiones de desaparición de todo lo que sea comunitario: organización, institución, producción, territorio y patrimonio natural y cultural.

Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de Turismo Alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.

Se diferencia del Turismo rural y del Etnoturismo en el sentido de que parte de las utilidades generadas por las actividades turísticas, se reinvierten en planes y programas comunitarios. (Paim, 2012)

Conceptualización tiene Tres ideas básicas forman el concepto de turismo comunitario:

- Se trata de una actividad económica, puesto que mueve los elementos de la producción y el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del turista.
- Sus prestadores son y deben ser miembros de una Comunidad. Los agentes concretos que prestan los servicios a los/as visitantes, son las personas que forman parte de una comunidad.
- Se ofrece como producto turístico principal la convivencia en la comunidad. El turista convive con los miembros de la comunidad, en razón de que el atractivo radica en su participación en forma activa en las costumbres y hábitos de la vida comunitaria, disfrutando su etnografía y su patrimonio natural y cultural.

Se lo define como: "...la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados". (Tschohl, 2013)

Los Ejes de desarrollo sobre los cuáles pone énfasis el turismo comunitario son:

1. Organización: consolidación, mediación, resolución de conflictos y el tejido de estructuras organizativas en las comunidades, organizaciones o emprendimientos de turismo comunitario.
2. Cultura: valorar, concienciar, rescatar y preservar las expresiones culturales propias de las comunidades y comuneros con relación a su territorio.
3. Ambiente: capacitación, conservación y manejo de los recursos naturales, de los cuales hace uso el turismo comunitario para ofrecer productos turísticos, y la lucha en la recuperación de los territorios comunales para un adecuado manejo por parte de las comunidades.
4. Economía: dinamización, integración y fortalecimiento del modelo de economía social y solidaria motor de los emprendimientos de turismo comunitario.

5.01.01.01 Atención al Turista

Una oficina de atención al turismo es la encargada de dar información a los turistas potenciales y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico. La oficina de turismo suele ser de carácter público y sin fines de lucro, dependiente de organismos públicos con el fin de mantener la neutralidad y calidad de la información, sin sesgamientos comerciales.

Producto turístico, es el conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica y en un determinado destino. El turista compra la combinación de actividades en un destino que puede diversificarse de acuerdo con los intereses del turista. Por ejemplo los Paquetes turísticos que incluyen diferentes atractivos.

Componentes del producto turístico son los siguientes:

Atractivos: son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.

Facilidades: son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

Accesos: son indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.

Patrimonio cultural de un pueblo: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. Es una importante motivación para los turistas.

Singularidades del producto turístico

Los consumidores no pueden verlos antes de consumirlos. No se pueden comparar con otros productos antes de su consumo.

Coincidencia espacial y temporal de la venta y de las prestaciones de servicio turístico para su consumo: antes del consumo no hay nada ya que los servicios son consumidos en el momento de su utilización. El servicio turístico puede ser evaluado después de su utilización.

Imposibilidad de stock: el producto turístico es de consumo inmediato, imposible almacenamiento, los componentes de un producto turístico que no pueden ser vendidos en un día, jamás serán recuperados.

Requiere de la clientela en el lugar de la prestación: es preciso que el turista se traslade al destino, esto lo diferencia de los bienes industrializados, la manera de consumirlos.

Son prestados en forma irregular:

Complementariedad de los componentes: se relacionan y se tornan independientes. La falta de uno o muchos de los componentes puede influir negativamente e imposibilitar la presencia del turista.

Concentración de las actividades turísticas en espacio y tiempo: a esto se lo denomina estacionalidad, el turismo se concentra en determinadas regiones en periodos de tiempo determinado relativamente cortos.

- Inestabilidad de la demanda: hace que se torne difícil prever y proveer con exactitud los productos turísticos.
- Demanda heterogénea: la demanda presenta heterogeneidad en un determinado país (a veces)
- Es estático: es imposible mudar la localización de un atractivo turístico.

La calidad de un servicio es difícil de medir, no se puede almacenar, es complicada de inspeccionar, no se puede anticipar su resultado, no tiene vida, su duración es muy corta, depende mucho de las personas y su interrelación. Todo esto hace que la calidad de un servicio sea juzgada por el cliente en el instante en que lo está recibiendo. En una aproximación para conceptualizar la calidad del servicio, se pueden distinguir dos dimensiones básicas la hora de hablar de calidad de servicio, estas son: calidad técnica y calidad funcional.

Desde esta perspectiva, resulta imprescindible no sólo prestar atención al diseño del servicio (aspectos más tangibles del mismo), lo que implica valorar correctamente lo que los clientes esperan, sino que también se debe considerar la forma en que se ofrece el servicio y muy especialmente la interacción entre el cliente y el personal de contacto de la empresa.

Desde este punto de vista es posible afirmar que, Calidad de Servicio es el conjunto de actividades que ofrece un proveedor con el fin de que el usuario o cliente, obtenga el producto por el que paga en el momento y lugar adecuado. En este sentido, un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional más poderoso que los descuentos, la publicidad o la venta personal. Desde el punto de vista de la visión del negocio enfocado en la satisfacción del cliente, la calidad de servicio es el resultado de un proceso de evaluación realizado por el cliente, quien compara sus expectativas previas con el servicio Recibido. Por consiguiente, compara el servicio esperado con el percibido. (Paim, 2012)

Calidad del servicio en el ámbito turístico, Los conceptos de calidad de producto y calidad de servicio en el ámbito turístico son subjetivos y variables en el tiempo y espacio. Pues no es igual el concepto de calidad para un viajero que realiza su primer viaje que para un viajero habitual, como tampoco será igual el concepto de calidad para un chino que para un francés. En concordancia con todo lo anterior y centrado en el área de los servicios turísticos, es posible afirmar con certeza que para lograr la calidad de servicio en el ámbito turístico, es necesario Implementar una orientación hacia los clientes, quienes a fin de cuentas, son los que evalúan y deciden si pagarán por un servicio. En este contexto, la orientación al cliente se sustenta en el trato, por tanto, la actuación y desempeño del talento humano es el eje del sistema de calidad turística. De las personas (guías turísticos, taxistas, policías, mesoneros,

expendedores de playa y otros) depende en gran medida el grado de satisfacción del visitante y, por tanto, el éxito o el fracaso del servicio turístico. Es por ello que para lograr el éxito como prestador de servicios turísticos se requiere, aparte de ciertas técnicas, una correcta actitud de servicio

Resumiendo lo anterior, la calidad turística implica un proceso organizado de servicios personalizados y tecnificados. Sin embargo, nunca debe confundirse calidad de servicio con servilismo. Además, el cliente no sólo exige calidad en la Prestación de servicios, sino también en la capacidad para responder ante cualquier situación emergente no prevista en la promesa básica. (Tschohl, 2013)

Por ello es necesario que las empresas turísticas cuenten con unas Normas de Calidad que puedan ser percibidas por el cliente y que dispongan de unos procesos operativos tecnificados que simplifiquen el trabajo.

Enfoque y gestión de la calidad en turismo, Para evitar discrepancias entre la percepción de calidad de los turistas y de los proveedores del servicio, Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1996 proponen actuar sobre las cinco posibles deficiencias de la calidad:

- Deficiencia 1. No saber lo que esperan los usuarios. Las organizaciones deben ser conscientes de las expectativas de los consumidores. Esta deficiencia se debe a la ausencia de investigaciones o investigaciones deficientes.

- Deficiencia 2. Establecimiento de normas de calidad equivocadas. Puede deberse a la falta de compromiso de la dirección con la calidad.
- Deficiencia 3. Deficiencias en la realización del servicio). Es el caso de la falta de predisposición para prestar servicios de calidad; debido a la falta de instrucción, capacitación, formación, inexperiencia o a conflictos internos.
- Deficiencia 4. Discrepancia entre lo que se promete y lo que se ofrece. Especialmente en turismo hay que evitar esto y establecer una comunicación fluida entre los responsables.
- Deficiencia 5. Diferencia entre el servicio esperado y el recibido. El turista puede percibir que el servicio que se le ofrece no responde a sus expectativas y por tanto no es un servicio de calidad (Camacaro, 2008)

Implementación de un sistema de calidad turística, En el producto turístico, la calidad debe ser realmente significativa; ya que cada día que pasa la demanda se vuelve más exigente, implicando una serie de expectativas personales que el turista desea cumplir. Es por ello que cuando hablamos de "Calidad", nos referimos a satisfacer las necesidades de los clientes y las expectativas de estos.

En ese escenario, la implantación de la mejora de la calidad dentro del área turística se dificulta debido a que las expectativas del cliente con respecto al servicio y el producto turístico son diferentes en cada persona; por lo que se hace

difícil su normalización, ya que siempre será muy relativa; dependiendo de cada cliente. Sin embargo, se puede afirmar que un sistema de calidad para la actividad turística se puede implementar en 5 fases:

- Investigación de mercado: encuestas entrevistas, observación directa.
- Definición del servicio: que ofrece y como se ofrece.
- Auto diagnóstico: Cuál es el perfil del servicio y sus errores.
- Mejora de la calidad del servicio turístico
- Evaluación de los resultados: auditorias y certificación.

Planes de calidad turística y marcas, La elaboración e implementación de los planes de calidad para el sector de los servicios turísticos, deberían basarse en la iniciativa del sector privado que desea promover sus actividades para ampliar su cartera de usuarios o clientes. En este proceso han de participar agentes públicos y privados.

La finalidad de los planes de calidad es crear sellos de garantía o "marcas" que emitan una nueva imagen del producto turístico. Se abordó el concepto de marca de manera básica. Estos deben aplicarse a hoteles, apartamentos turísticos, agencias de viajes, casas turísticas para alquilar, restaurantes, posadas, campamentos, expendios de playa y alojamientos para turismo rural. La implementación de los Sistemas Técnicos de Calidad se constituye sobre la existencia de cinco factores, a saber: Un sistema de calidad turística nacional: debe estar abierto a todos los subsectores turísticos que lo soliciten por medio de sus órganos representativos de ámbito nacional. El ministerio de turismo debe

prestar la asistencia técnica necesaria para el diseño e implementación de los sistemas de calidad específicos para cada sector

Interés del sector público: el sistema de calidad turística nacional; además de tener en cuenta el paisaje y la planta receptiva, debe sustentarse en la evaluación (Camacaro, 2008) Cualitativa de ciertos estándares que cubren aspectos intangibles del servicio (hospitalidad, amabilidad, cortesía, encanto, velocidad de respuesta, sustentabilidad ambiental, entre otras.). De esta manera los establecimientos que se autodefinen como óptimos solicitan su certificación, y tras una auditoría, la dirección de turismo responsable le concede las estrellas pertinentes.

Planes Nacionales de Excelencia Turística: seleccionan destinos que reciben un fuerte respaldo económico por parte de los gobiernos, para promover la mejora de la calidad del entorno turístico. Las instituciones locales renuevan las infraestructuras, crean áreas de ocio, embellecen sitios, etc.

Interés del sector privado: auto diagnóstico: cuál es el perfil del servicio y sus errores.

Planes de formación para el aprendizaje de la hospitalidad: La integración entre los aspectos humanos, artísticos, técnicos y científicos del aprendizaje para el turismo, es importante para egresar profesionales con capacidad de interpretar el patrimonio, transformarlo en información y persuadir mediante la comunicación eficaz, al mismo tiempo que muestra, preserva y

defiende el paisaje y la identidad nacional. La unidad entre ciencia y arte es la que justifica que el proceso de educación para formar un guía de turismo, esté más allá de lo que se puede alcanzar con un taller de formación acelerada de dieciséis (40) horas de duración. (Camacaro, 2008)

5.01.01.02 La Calidad Humana y la calidad de servicio en el turismo

De nada sirven las estadísticas y los números cuando hablamos de personas, Las cifras pueden servir para realizar estudios o medir una tendencia, pero no para que una empresa u organización prospere. La Calidad Humana es un producto que se "construye" todos los días, pues ningún curso o taller puede producirla en dos semanas. Lo único que puede garantizarla es el trabajo constante para mejorar la actitud personal, En la actividad turística las acciones deben ser impecables, pues como se indicó anteriormente, no se puede retroceder para enmendar los errores y evitar su consecuencia que es la percepción negativa por parte del turista. Para evitar esas situaciones es necesario sistematizar los servicios turísticos; y para lograrlo lo fundamental es formar y educar a las personas, porque al igual que no se puede fabricar un producto bueno con materia prima de mala calidad, es imposible obtener excelentes servicios de calidad, si el sistema no posee personas con calidad.

La calidad de una persona se mide principalmente por el número y la calidad del cumplimiento de sus compromisos. En ese contexto, corresponde a cada uno estar atento en la forma como se interrelaciona con los demás; sobre

todo con los clientes o usuarios que están pagando por un servicio, o esperando que se le cumpla una promesa u oferta, aún cuando esta sea gratuita. En el caso de los servicios turísticos, las personas participan activamente en la implementación, desarrollo y consumo del servicio final. (Tschohl, 2013)

Pues el turismo es un sistema social y Económico cuyo objetivo es prestar servicios de comodidad, recreación, confort, relax y placer, en este contexto, el servicio turístico requiere de mucha participación humana para lograr su cumplimiento y aunque preparar una buena comida requiere de productos de calidad, el resultado final siempre va a depender de la calidad técnica y humana del personal que la elabora y en último caso la responsabilidad por la calidad recibida; será del guía que lo recomendó.

Veamos un ejemplo, cuando una persona llega a una posada y lo atiende el o la recepcionista, debe hacerlo amablemente y en función de las preguntas que el turista formule. Pero, si el trato es descortés o irreverente, de nada servirá decir posteriormente: "lo siento señor, disculpe me equivoque". De nada valen las disculpas, porque en la prestación de servicio no es posible reutilizar la materia prima que se denomina actitud.

En ese contexto, es imposible que él o la recepcionista pueda decirle al cliente: "Lo siento señor, comencemos de nuevo, retroceda, vuelva a entrar y pregúnteme otra vez". No se puede, pues el error ya ocurrió y lo experimentado por el turista no se puede borrar, en cambio, cuando se elabora o produce un bien

material (tangible), por ejemplo: un pan, el cliente o usuario no está al lado del cocinero cuando prepara la masa. El pan se puede probar y, si no está bueno, se puede retirar antes de que llegue a la mesa del consumidor. En ese caso, el error puede repararse. Pero, en el caso de la mala atención al turista es imposible. La equivocación suscitada debe solucionarse al momento. En caso contrario el visitante no regresará.

Las frases amables puede pronunciarlas cualquiera. Pero, aunque los modales son importantes, no son suficientes, porque pueden reflejar un comportamiento superficial. Debido a esto, la cortesía -aun cuando sea una máscara exterior- es preferible al maltrato; pero jamás será cordialidad.

5.01.01.02 Calidad y Lujo

En Ecuador por lo general se tiende a confundir calidad con lujo y albergue con hotel. Esta situación es la fuente de grandes incomodidades para los turistas internacionales que nos visitan, pues a veces pueden terminar en un refugio cuando están pagando por un hotel. La culpa no es de quien solicita una patente de hotel para operar una pensión, pero sí lo es del funcionario que la concede.

Para evitar esos equívocos, la solución es actualizar y aplicar las normas municipales existentes acerca de patentes de industria y comercio e implementar un sistema de calidad turística, lo cual no es nada difícil, pues los sistemas de

calidad total y las normas internacionales, existen y sólo deben aplicarse. Sin embargo, es importante aclarar -en el caso de los hoteles- que el equívoco radica en entender que si una casa o edificio tienen suficientes habitaciones para rentar; esto es suficiente para considerarlo un hotel, lo cual no es cierto. (Salvador, 2008)

Una equivocación similar se produce cuando se habla de "turismo de calidad" pues la mayoría lo interpreta o entiende como "turismo de lujo", asumiendo que calidad se refiere a hoteles de cinco (5) estrellas con alfombras de 4 cm de espesor, toallas de algodón egipcio y 23 tipos de jabones diferentes el baño.

"Calidad" no es eso, sino encontrar un servicio esmerado, amable y adecuado al precio que un cliente está pagando, ya sea por un hotel o un campamento, un restaurante de lujo o una tasca. En Ecuador existen muchas posadas de alta calidad, y suficientes hoteles de lujo con poquísima calidad. La calidad equivale a buen servicio, y no al lujo. Y tampoco es exacto el término "lujo" porque se hace equivalente a "caro".

En opinión del autor, el lujo no tiene por qué ser caro, porque a final de cuentas lujo es sinónimo de exclusividad. Y esta última se paga. Pero el turista inteligente (aquel que se deja asesorar por profesionales competentes) puede tener acceso a servicios exclusivos, (servicios a los que no todos tienen acceso), sin tener que pagar mucho dinero.

La observación de aves, navegar un río en piragua, comer en la cocina con el Chef, hablar con un llanero sobre el ganado, entrar en la casa de un personaje admirado por el pueblo, pasear en burro, rehacer la ruta de Humboldt, recoger la pesca durante la madrugada en un peñero y muchas otras experiencias auténticas, son un lujo verdadero. Por el contrario, comer caviar Beluga y beber champaña Cristal, puede no serlo.

En el contexto descrito el término que debe ser más execrado del ámbito de la calidad turística es el de "VIP", palabra empleada en algunos hoteles y Restaurantes para aludir a los clientes o usuarios considerados como "personas importantes", sólo porque poseen alta capacidad de consumo. En la actividad turística todos los usuarios, visitas y clientes son importantes. Pero, si es necesario considerar "importante" a alguien. Entonces ese adjetivo debe aplicarse a todas las personas que hacen sacrificios y ahorran dinero para pagar la visita a un restaurant o a un país. Esas personas son más importantes que el cliente millonario al que ya nada le sorprende, ni le impresiona. El turista es siempre importante sea poderoso o no.

En este contexto, el verdadero significado de lujo aparece asociado con la calidez de los ambientes en las posadas y hoteles, la familiaridad en el trato, los paisajes naturales y la culinaria con ingredientes locales. El lujo no está identificado por las estrellas, ni por las categorizaciones, sino por todo aquello que convierte a un lugar en "único" en el mundo.

5.02. Análisis FODA

Tabla N° 8
Análisis FODA

		Fortalezas	Debilidades
		Factor Interno	Factor Externo
		-Tener el conocimiento adecuado para capacitar a las personas de la comunidad	Tiempo limitado de las personas de la comunidad para asistir a las capacitaciones
Oportunidades		Estrategias (FO)	Estrategias (DA)
Las personas capacitadas dan mejor servicio de calidad a los turistas y así aumenta la afluencia turística y mejoran los ingresos económicos		Tema de capacitación adecuados, estrategias de aprendizaje.	Buscar el momento adecuado para capacitar a estas personas
Amenazas		Estrategias (FO)	Estrategias (DA)
Las personas de la comunidad no desean asistir a las capacitaciones por motivo de tiempo o timidez a relacionarse		Interactuar con la gente de la comunidad para que puedan desenvolverse ante cualquier eventualidad con los visitantes	Concientizar en las personas de la comunidad que los beneficiados son ellos y la comunidad

Elaborado por: Jhanina Cevallos

5.02.01 Instrumentos de investigación

Entrevista

En lo que se refiere a la entrevista, es significativo resaltar, que según Briones (1996), viene a ser una conversación entre un investigador y una persona que responde una serie de preguntas, las cuales, están orientadas a obtener la información exigida por los objetivos específicos de un estudio. Es importante manifestar, que la entrevista puede ser: formal, en las que respuestas se obtienen de manera estructurada; o informal en la que no existe una estructuración sistemática de las preguntas.

En ese mismo orden de ideas se puede indicar que existen una serie de condiciones, que deben cumplirse para lograr que una entrevista cumpla sus objetivos. En primera instancia, el entrevistado debe tener la información requerida para que pueda contestar la pregunta. En segundo lugar, el entrevistado debe tener alguna motivación que lo mueva responder, tanto amena como verdaderamente.

En cuanto a la codificación, es importante señalar, que según Briones (ob cit), después que los cuestionarios de entrevista han sido llenados, se procede a codificar las respuestas cuantitativamente. Para ello, se asigna números iguales a respuestas iguales. En las preguntas cerradas, las opciones de respuesta, son pre-codificadas previamente,

5.03. Población de Muestra

Las estadísticas de por sí no tienen sentido si no se consideran o se relacionan dentro del contexto con que se trabajan. Por lo tanto es necesario entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo.

$$n = \frac{2.385.331 * 0.50 * 0.50 (1.95)^2}{(2.385.331 - 1)(0.05)^2 + 0.50 * 0.50 (1.95)^2}$$

$$n = \frac{546.753 (3.80)}{2.385.330 * 0.0025 + 0.25 * 3.80}$$

$$n = \frac{2.077.661}{6.913.325} = 300.529$$

5.04. Procedimientos de la información

5.04.01 Objetivo

Para el presente proyecto se utilizó como instrumento de recolección de la información la encuesta la misma que se realizó en diferentes lugares de la Parroquia de San Antonio de Pichincha, la encuesta consta de 10 preguntas las que están enfocadas a saber las necesidades que presenta el turista y las falencias de la comunidad de Rumicucho.

5.04.02 Recolección de la información

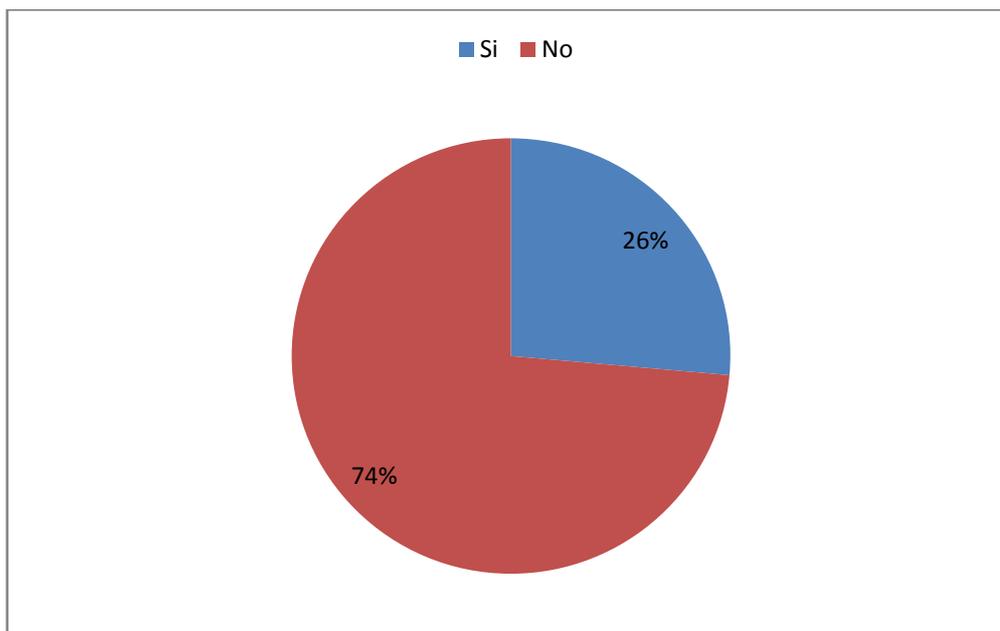
Todos los resultados obtenidos de las encuestas pasaran a ser tabulados y posteriormente analizados en los diagramas de pastel; con el fin de demostrar que el proyecto es viable y sustentable.

5.04.03 Análisis de la información

Se realizará la tabulación de cada una de las preguntas que consta en la encuesta, para esto nos manejaremos por porcentajes los mismos que después de tabulados los representaremos gráficamente, las preguntas se establecieron con una investigación previa en la comunidad de Rumicucho.

1.- Ha visitado la Comunidad de Rumicucho

Si	84	28%
No	300	78%
Total	384	

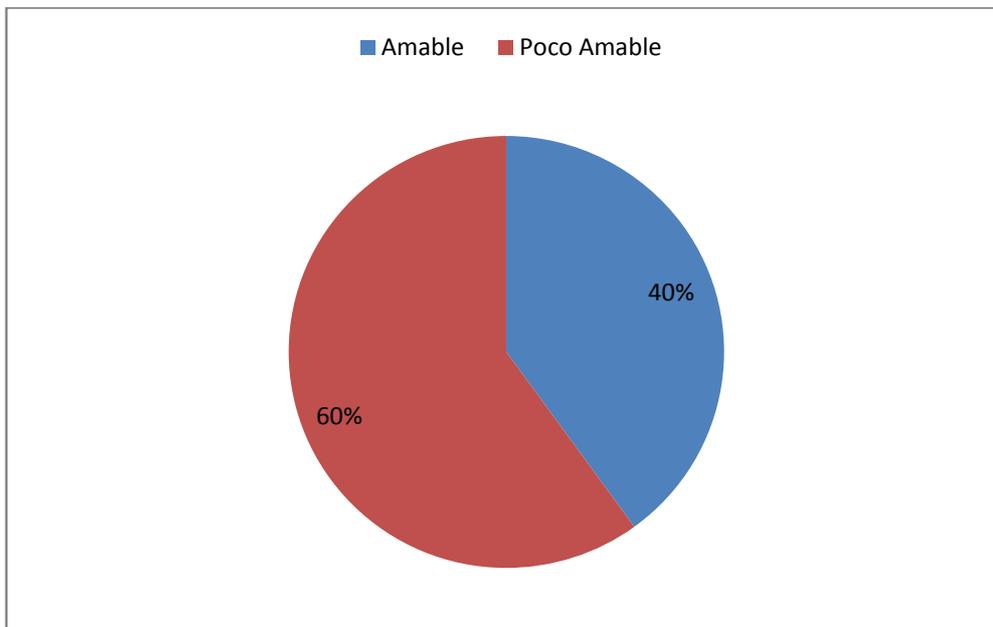


Análisis

La comunidad de Rumicucho se encuentra asentada en la parroquia de San Antonio de Pichincha perteneciente al cantón Quito, la gente tiene poco conocimiento del lugar ya que las Autoridades han hecho muy poco por fortalecer el turismo en la zona, hay que recalcar que el sitio tiene lugares para explotar en cuestión de temas turísticos.

2.- A su criterio las personas de la comunidad de Rumicucho son

Amable	150	40
Poco Amable	234	60
Total	384	

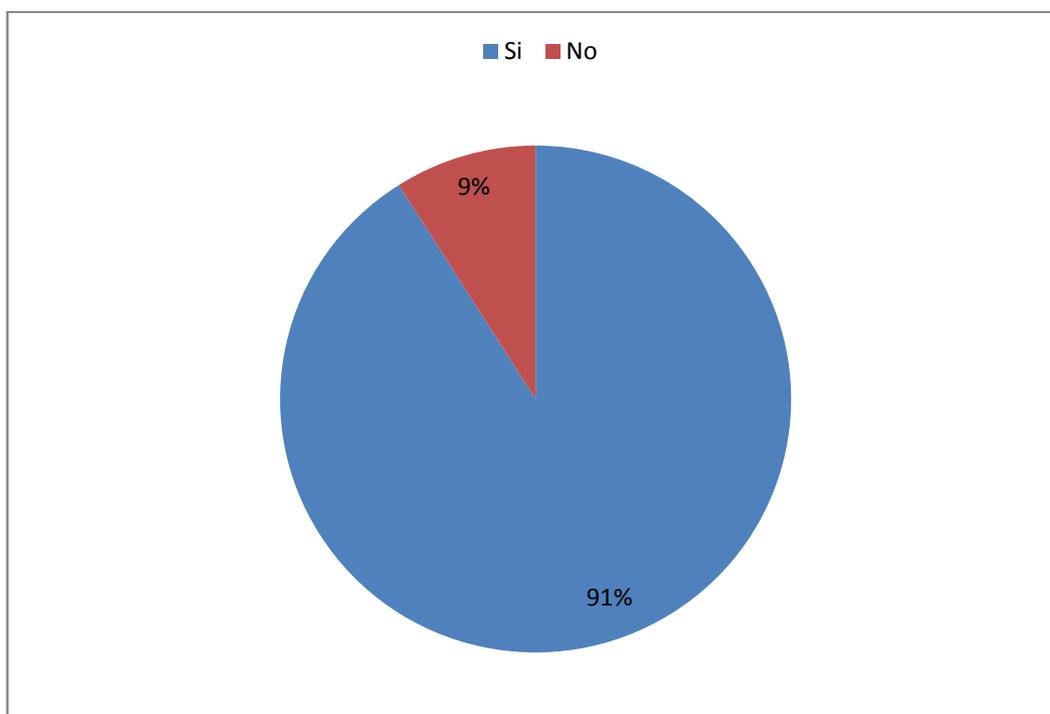


Análisis

La comunidad de Rumicucho en su mayoría es gente de escasos recursos por tal motivo no han tenido acceso a la educación y su sociabilidad al momento de tratar con otras personas es escasa es por este motivo que la gente no sabe cómo atender al turista muchas de las veces son incluso groseros, por tal motivo se ha capacitado a las personas para poder brindar un servicio de calidad y que tengas conocimientos de cómo deben tratar y dirigirse al turista nacional como extranjero.

3.- Cree usted que las personas de la Comunidad de Rumicucho deberían capacitarse para dar buen servicio al turista

Si	350	91%
No	34	9%
Total	384	

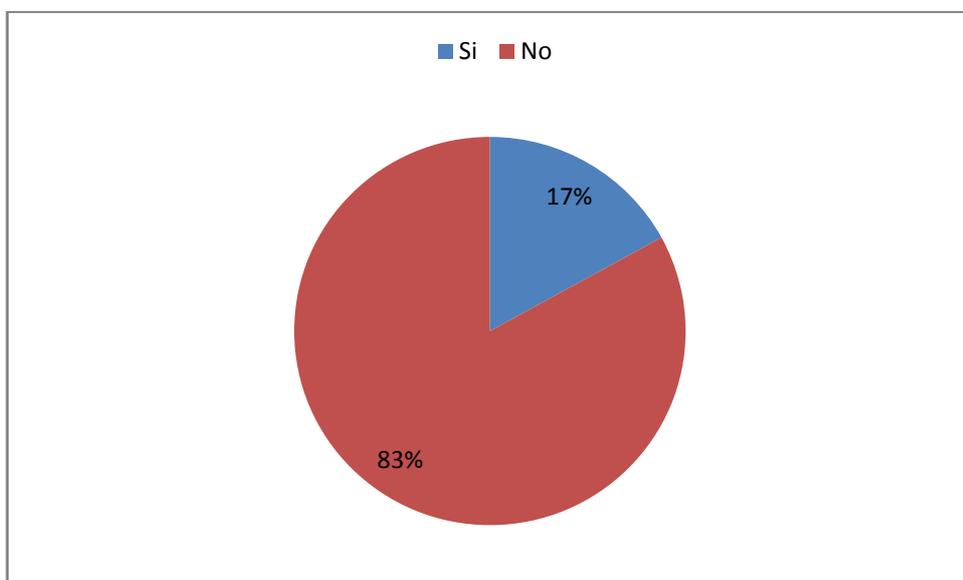


Análisis

La mayoría de las personas encuestadas nos supieron manifestar que se debería capacitar a la comunidad de Rumicucho en atención al cliente y enfocado especialmente en satisfacer al turista, las personas encuestadas comentaron que cuando habían visitado el lugar la ayuda era escasa y la atención no existía así como información por tal motivo se contara con dos profesionales capacitados para poder apoyar y educar a la comunidad.

4.- Sabía usted que en la parroquia de San Antonio de Pichincha existe un sitio turístico llamado Ruinas de Rumicucho

Si	64	17%
No	320	83%
Total	384	

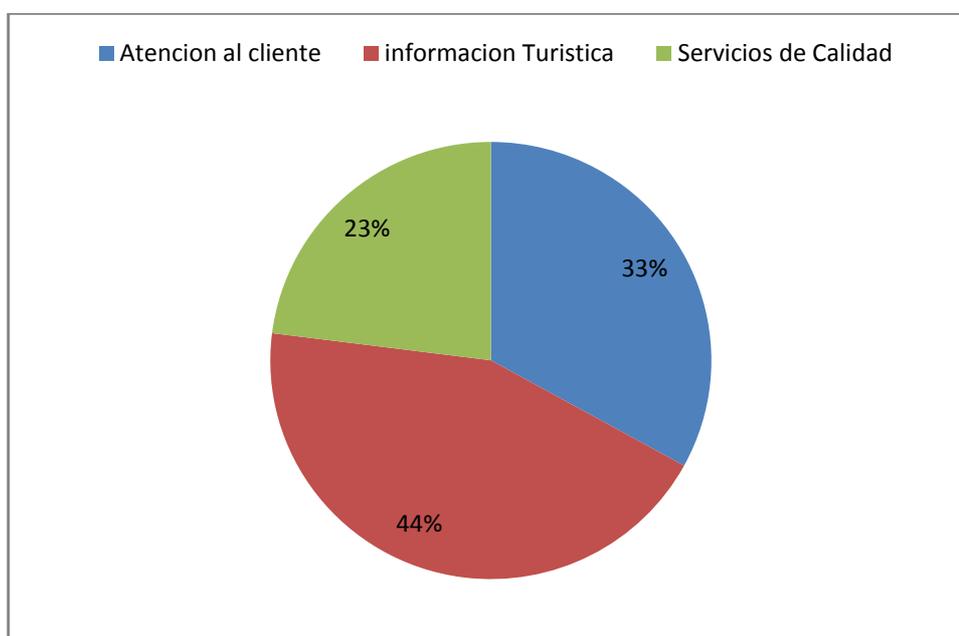


Análisis

Más del 80% de las personas encuestadas dijeron que no conocían ningún lugar turístico con el nombre de "RUINAS DE RUMICUCHO" y mucho menos como se llega, este lugar es un sitio preincaico donde se realizaban rituales y existió una comunidad ancestral, no está siendo aprovechado como se debería y mucho menos se lo está conservando.

5.- En qué áreas le gustaría que las personas de la Comunidad de Rumicuho sean capacitadas

Atención al cliente	130	33%
información Turística	170	44%
Servicios de Calidad	84	23%
Total	384	

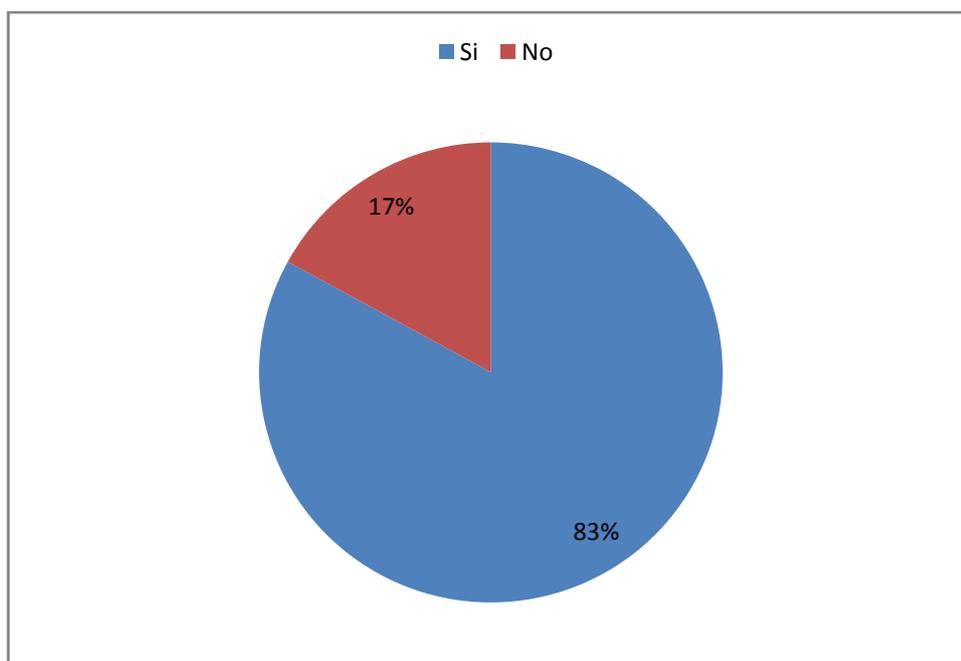


Análisis

En esta pregunta la mayoría de encuestados no supo manifestar que se debería capacitar a la comunidad de Rumicuho en dos temas muy específicos que son la información al turista como por ejemplo como se debería llegar, donde hospedarse, actividades a realizar y en la atención al cliente que debería enfocarse en gente preparada para hablar con el turista nacional e internacional, guías capacitados, lugares que cumplan con las normas para alojamiento y alimentación.

6.- Cree que es necesario que exista una caseta de información turística en esta Comunidad

Si	320	83%
No	64	17%
Total	384	

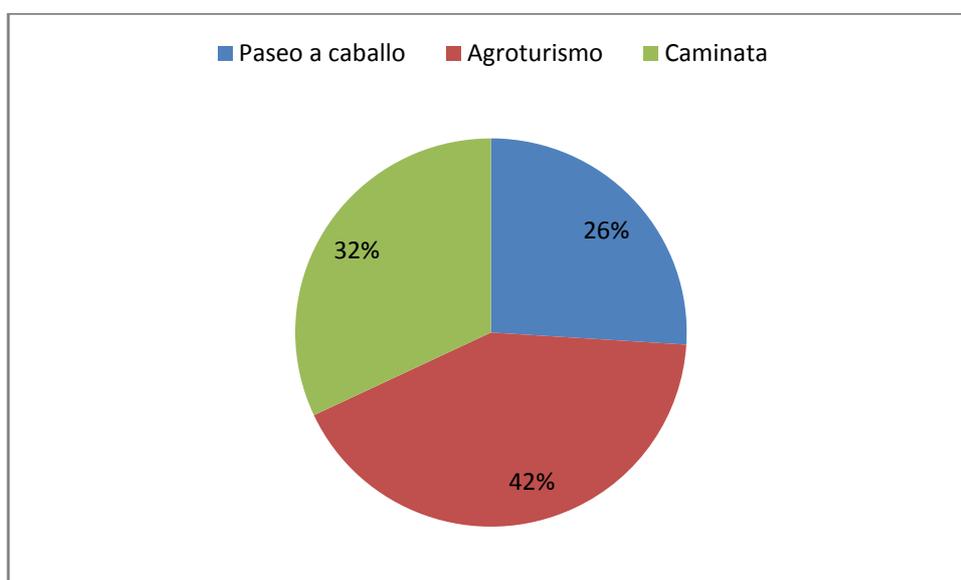


Análisis

Las personas encuestadas el 83% por ciento asegura que es necesario una caseta de información de Rumicucho en la actualidad no existe ningún tipo de información ni para los visitantes de paso ni para los turistas esto es de vital importancia puesto que una caseta de información sería una guía principal para el turista tanto para informar de atractivos turísticos como actividades en la zona, además debería de contarse con una persona preparada para dar un servicio de calidad a los visitantes.

7.- Que actividad le gustaría realizar cuando visite la Comunidad de Rumicucho

Paseo a caballo	100	26%
Agroturismo	160	42%
Caminata	124	32%
Total	384	

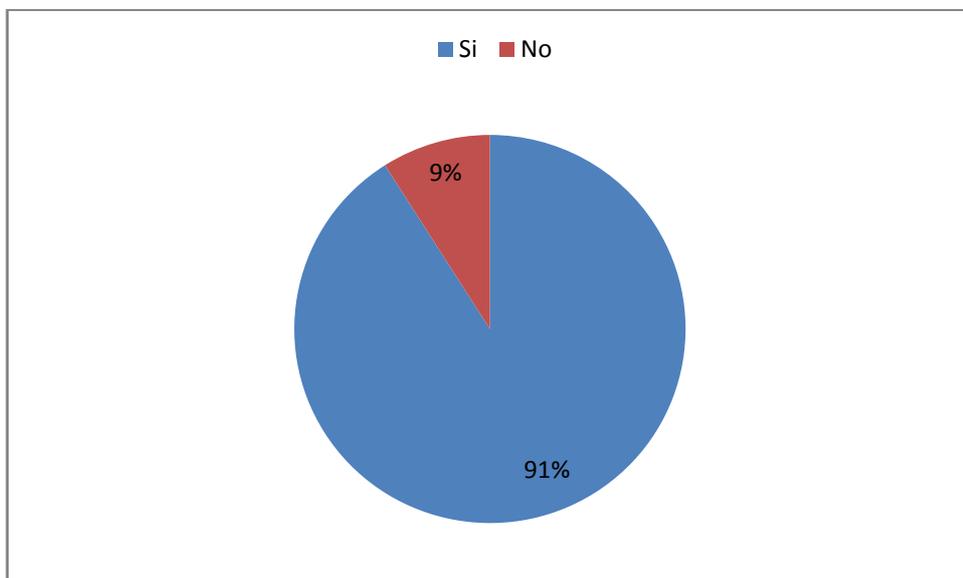


Análisis

La mayoría de encuestados comentaron las actividades que más le gustaría realizar en la comunidad de Rumicucho quedando con mayor porcentaje el agroturismo y cabe recalcar que es totalmente viable puesto que el lugar y su clima cálido se presta para realizar esta actividad así como también expresaron su interés de realizar caminatas por el sitio lo cual inspira a crear senderos para dicha actividad puesto que el lugar es sumamente extenso y plano no serían caminatas agobiantes para el turista todo lo contrario serían de total distracción y relajación.

8.- Recomendaría usted a otras personas visitar la comunidad de Rumicucho

Si	350	91%
No	34	9%
Total	384	

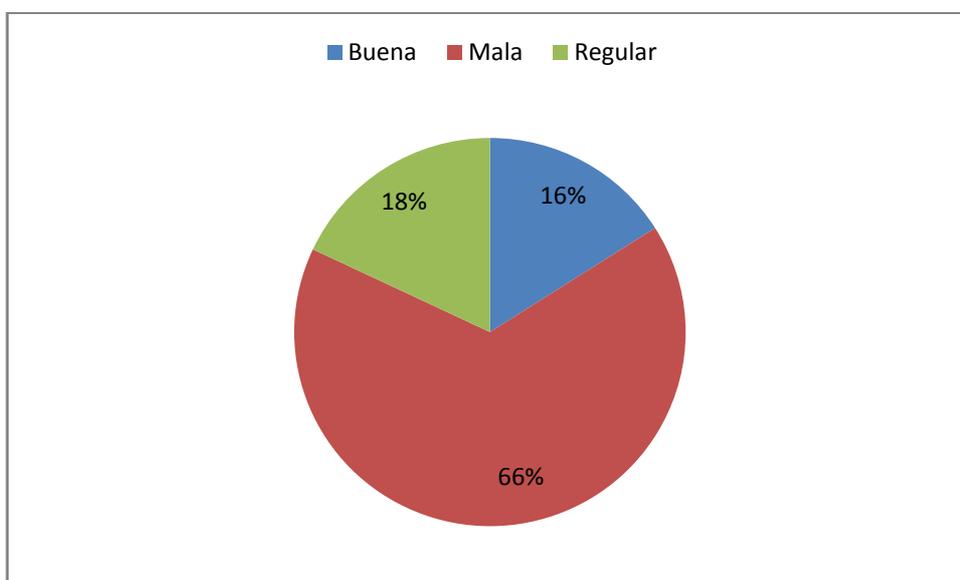


Análisis

Las personas que han visitado las Ruinas de Rumicucho manifestaron que si recomendaría a amigos y familiares visitar las ruinas a pesar de los inconvenientes que tuvieron piensan que es un sitio que vale la pena conocer por su riqueza histórica.

9.- La señalética que existe para llegar a la Comunidad le parece

Buena	60	16%
Mala	250	66%
Regular	74	18%
Total	384	

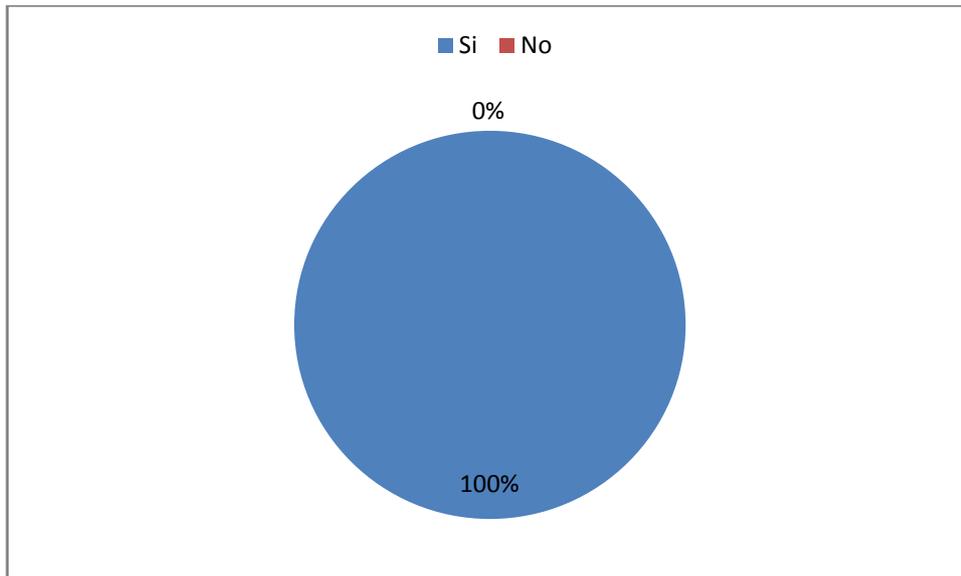


Análisis

La señalética para llegar a la comunidad de Rumicucho es mala tomando en cuenta que la referencia más grande es la ciudad de Quito la señalización para llegar a la comunidad de Rumicucho es totalmente escasa, por tal motivo se buscara ayuda con las autoridades pertinentes para poder incrementar la señalética.

10- Le gustaría servirse comida típica en el sector

Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	



Los encuestados que han visitado las Ruinas de Rumicho manifestaron que el servicio de alimentación es malo que no existe variedad y mucho menos comida típica de la zona ni del país, por tal motivo en las charlas dirigidas a la comunidad se les explico la importancia de la comida en el sector turístico tanto con lo que tiene que ver con la calidad como la diversidad.

5.05 Descripción de la herramienta

Como primera acción voy a reunirme con las personas de la comunidad de Rumicucho para ponerles en conocimiento sobre el proyecto que se implementara en la comunidad de Rumicucho. Para que sepan la importancia del sitio donde ellos viven y a su vez tener conocimiento de cómo deben brindar un buen servicio a los turistas nacionales y extranjeros que les visitan todos los días con el fin de conocer el lugar turístico, primero hay que concientizar a las personas de la comunidad de Rumicucho para que asistan a las capacitaciones ya que ellos son beneficiados directos con la implementación de este proyecto.

Las capacitaciones se realizarán en el periodo de un mes todos los días sábado por 3 horas en total 12 horas mensuales. En las capacitaciones trataremos: Forma de atender al turista, que es servicio que es amabilidad y relaciones humanas

5.06 Formulación del proceso de la aplicación de la propuesta

- Misión: que todas las capacitaciones se realicen, y que se cumplan todos los temas a tratar dentro del tiempo establecido.
- Visión: Que la comunidad de Rumicucho brinde buen servicio de atención a los turistas para que exista mayor afluencia de turistas en la comunidad y mejore los recursos económicos.
- Estrategias: Recibir amablemente a los turistas para que se lleven una buena impresión del lugar.

- Objetivos: Turistas interesados de visitar la comunidad de Rumicucho.
- Valores: Dar información con veracidad y confianza
- Políticas: Dar seguridad A los turistas

CAPITULO VI

6.00 Aspectos administrativos

Tabla N° 9
Recursos

Recursos Tecnológicos	Internet Cámara Filmadora Sala de Reuniones
Recursos humanos	Capacitadores Comunidad Investigador Personal de la Coop. 29 de Junio
Recursos administrativos	Anillados Copias Empastados Marcadores Transporte Cuadernos Esferos

Elaborado por Jhanina Cevallos

Análisis

En el Capítulo VI tenemos la tabla N° 8, En la cual constan los recursos tecnológicos y humanos que utilizaremos y nos ayudaran a desarrollar el proyecto, en el cual destaca las capacitaciones las cuales van dirigidas a la comunidad de Rumicucho, para lo cual utilizaremos como herramientas de consulta la entrevista y la investigación de campo, además las herramientas tecnológicas como son el internet y todo lo referente a aparatos tecnológicos.

6.02. Presupuesto

Tabla N° 10
Presupuesto

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Empastado	2	8	16.00
Anillado	6	1.50	9.00
Impresiones b/n	800	0.03	24.00
Impresiones color	0.25	50	12.50
Lápiz	40	0.40	16.00
Hojas	1500	0.02	30.00
Cuadernos	30	1	30.00
Copias	600	0.03	18.00
		Total	155
Precio de Aplicación de Presupuesto			
Capacitadores			
Transporte	10	10	10
Alimentación	30	30	30
Refrigerio	40	40	40
		Subtotal	80
		Total	80
TOTAL		155 +80	235

Elaborado por: Jhanina Cevallos

Análisis

En el presupuesto de la elaboración de la tesis tenemos un valor de 105 dólares que fueron destinados a gastos administrativos.

En cuanto a la propuesta el valor es de 880 para el pago de los capacitadores y transporte así como en refrigerios para las personas que asistan a la capacitación, este valor será un aporte voluntario de varias entidades por cual debemos mencionar que este proyecto tiene factibilidad en lo económico y resultados, el valor total es de 985 dólares los mismos que será gastados de acuerdo al avance del proyecto.

6.03 Cronograma

ACTIVIDADES	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
El problema	X					
Marco Teórico		X				
Metodología			X			
Procesamiento y análisis				X		
Propuesta					X	
Aspectos Administrativos					X	
Conclusiones y Recomendaciones					X	
Entrega del Acta del tutor al lector					X	
entrega de las actas firmadas del lector al consejo de Carrera						X
Aprobación de Horarios de Sustentación						X
Entrega de archivos digitales del proyecto escrito al tribunal designado						X
inicio de las sustentaciones						X

CAPITULO VII

7.00 Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

- El proyecto fue ejecutado con éxito en la comunidad de Rumicucho el mismo que sirvió de mucho para que los habitantes den un servicio de calidad al Turista nacional y extranjero.
- Las capacitaciones se realizaron en el tiempo estimado y se logro el objetivo principal.
- Los sitios turísticos de la comunidad de Rumicucho tiene una mejor presentación, la comunidad es más amable con el turista nacional extranjero brindar información oportuna y veraz.
- Se logró establecer con las autoridades del sector que deben implementar señalética.
- Investigadores y comunidad llegaron a un acuerdo que serán capacitados constantemente.

7.02 Recomendaciones

- La comunidad debe revivir capacitación constantemente para que estén al día en normas a atención al cliente.
- Mejorar las instalaciones implementar un proyecto para la colocación de locales para la venta de artesanías así como de comidas puesto que en el sector no existe ninguno de los antes mencionados.
- Las personas que van a brindar el servicio deben estar puntuales para atender al turista así como deben incrementar sus conocimientos en atención para ser más cordiales con las personas que visitan el lugar.
- Implementar lugares de alojamiento con personal capacitado y dispuesto a ayudar al turista.
- Implementar restaurantes de expendio de comida típica Ecuatorinana.
- Que las personas de la comunidad asistan a futuras capacitaciones puntuales.
- Aumentar medios de publicidad para promocionar el sector.
- Mantener los servicios higiénicos limpios.
- La comunidad en conjunto con la Junta Parroquial debería trabajar para poner una señalé tica más clara para poder llegar a este lugar.

Referencias Bibliográficas

- Almeida, E. (1984). *El Púcara de Rumicucho*. Quito, Ecuador: Cietronic.
- Camacaro, A. (2008). *Turismo básico un enfoque integral*. Caracas, Venezuela: Biosfera.
- Salvador, C. (2008). *Ecoturismo tendencias*. Quito, Ecuador: A&B Editores.
- Paim, A. (2012). *Como realizar un proyecto de capacitación, como realizar un proyecto de capacitación*. Barcelona, España: Granica
- Salvador, J. (1972). *El pululahua*. Guayaquil, Ecuador: Granados.
- Tschohl, J. (1984). *Alcázar la excelencia del servicio al cliente*. Distrito Federal, México: Pax

Referencias electrónicas

Pozo, J. (2014). *Plan de estudio*. Recuperado el 15 de diciembre de 2015 de:
<https://prezi.com/ypcntffbyxvw/plan-de-estudio/>

Ecuador Galápagos Tour operador Tierra verde. (2013). *Turismo comunitario*.
Recuperado el 03 de enero de 2016 de:
<http://www.tierraverdetours.com/sp/index.php/sp-ecuador-continente/sp-amazonia/item/203-turismo-comunitario.html>

Rojas, J. (2014). *Beneficios de la capacitación*. Recuperado el 10 de enero de 2016 de: <https://prezi.com/jkhd320fhvnl/beneficios-de-la-capacitacion/>

Ministerio de Turismo. (2015). *Programa nacional de capacitación turística*.

Recuperado el 15 de febrero de 2016 de:

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/programa-nacional-de-capacitación-turistica>

Escuela Superior politécnica del Chimborazo. (2012). *Plan integral de capacitación turística*. Recuperado el 10 de marzo de 2015 de:

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3477/1/23T0406%20PILCO%20GEOVANNY.pdf>

Corporación de Turismo del Estado de Lara. (2015). *Capacitación y sensibilización*. Recuperado el 17 de enero de 2016 de:

<http://www.cortulara.com.ve/programas/capacitación-y-sensibilización-turística/>

Parrales, A. (2013). *Plan de capacitación turística*. Recuperado el 20 de enero de 2016 de: <http://www.buenastareas.com/materias/plan-de-capacitación-turística-definición/0>



ANEXOS

Rumicucho, 23 de Marzo del 2016

Ingeniera.
Frikizia Mendoza
DIRECTORA DE LA ECUELA DE HOTELERIA Y TURISMO
Presente. -

De mi consideración:

En relación a su pedido de que la Sra. JHANINA MARITSA CEVALLOS TORRES, portadora de la cedula de identidad N° 171267572-5 , realice el Trabajo de Investigación dentro de nuestra Comunidad con su proyecto "PLAN DE CAPACITACION DIRIGIDA A LAS PERSONAS DE LA COMUNIDAD DE RUMICUCHO", al respecto, quiero dejar constancia de la imperecedera gratitud, ante la gentileza demostrada y me permito extenderle mi felicitación en su irrelevante tarea educadora en nuestra juventud.

Cabe indicar nuestro compromiso en apoyar en lo que corresponde en la entrega de información relevante para el desarrollo de dicho proyecto, y al trabajo conjunto con José Pedro Tiban Caiza Presidente de la Cooperativa Agropecuaria 29 de Junio Rumicucho

Atentamente,




Sr. José Pedro Tiban Caiza
PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA
AGROPECUARIA 29 DE JUNIO RUMICUCHO

Carta de aceptación

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo, conocer las necesidades de las personas que les gusta realizar turismo.

Es por eso que hacemos las siguientes preguntas, para realizar un plan de capacitación en la comunidad de Rumicucho.

Por favor llene las siguientes preguntas de acuerdo a su criterio.

Edad sexo F M Nacionalidad

1.- Ha visitado la Comunidad de Rumicucho: SI NO

2.- A su criterio las personas de la comunidad de Rumicucho son: amable poco amable

3.- Cree usted que las personas de la Comunidad de Rumicucho deberían capacitarse para dar buen servicio al turista: SI NO

4.- Sabía usted que en la parroquia de San Antonio de Pichincha existe un sitio turístico llamado Ruinas de Rumicucho:

SI NO

5.- En qué áreas le gustaría que las personas de la Comunidad de Rumicucho sean capacitadas:

Atención al cliente Información turística Servicios de calidad

6.- Cree que es necesario que exista una caseta de información turística en esta Comunidad

SI NO

7.- Que actividad le gustaría realizar cuando visite la Comunidad de Rumicucho:

Paseo a caballo Agroturismo Caminata por las Ruinas preincaicas del sector

8.- Recomendaría usted a otras personas visitar la comunidad de Rumicucho

SI NO

9.- La señalética que existe para llegar a la Comunidad le parece

Buena mala regular

10.- Le gustaría servirse comida típica en el sector:

SI NO

Encuesta



Autoridades de la Comunidad de Rumicucho



Comunidad de Rumicucho



Presidente de la comunidad de Rumicucho



Campo de Investigación Ruinas de Rumicucho



Tienda y Restaurante del Sector



Encargado del Cuidado y mantenimiento de las Ruinas de Rumicucho



Caseta de Información Turística



Acceso a la Comunidad de Rumichucho



Encuesta realizada en la Reserva Geobotánica Pululahua al Sr. Hugo Ramirez



Encuesta realizada en la Reserva Geobotánica Pululahua a la Sra. Mariana Rodríguez



Encuesta realizada en la Reserva Geobotánica Pululahua al Sr. Francisco Briones



Encuesta realizada en la Reserva Geobotánica Pululahua a la Sra. Yolanda Paredes



Encuesta realizada en la Reserva Geobotánica Pululahua al Sr. Rómulo Álvarez



Encuesta realizada en la Reserva Geobotánica Pululahua al Sr. Franklin González



Capacitación a las personas de la comunidad de Rumicucho