



**Diseño de un programa de capacitación para los prestadores de
servicios turísticos en la parroquia Salinas de Tomabela,
provincia de Bolívar**

Patricio Orlando Pungaña Espinoza

Directora

Msc. Gabriela Loza

Trabajo de grado para optar por el título de Guía Nacional de Turismo

Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI

Carrera de Guía Nacional de Turismo con nivel equivalente a técnico
superior

D.M Quito, 02 de marzo del 2025

DEDICATORIA

Este proyecto de grado es el fruto de un largo camino de esfuerzo y dedicación, un trayecto que no habría sido posible sin el apoyo incondicional de aquellos que siempre han creído en mí. A mis padres, por su amor y por enseñarme el valor del trabajo duro y la perseverancia. A mis hermanos por ser mi fuente constante de inspiración y alegría. A mi esposa e hija, por su compañía y por estar siempre a mi lado en los momentos buenos y malos.

A todos ustedes, les dedico este logro con todo mi cariño y gratitud. Su fe en mí ha sido el motor que me ha impulsado a llegar hasta aquí. Este éxito es tanto mío como suyo. mi fuente constante de inspiración y alegría. A mi esposa e hija, por su compañía y por estar siempre a mi lado en los momentos buenos y malos.

A todos ustedes, les dedico este logro con todo mi cariño y gratitud. Su fe en mí ha sido el motor que me ha impulsado a llegar hasta aquí. Este éxito es tanto mío como suyo.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todos aquellos que han contribuido a la realización de este proyecto.

A la institución ITI, por brindarme la oportunidad de crecer académica y personalmente en un entorno de excelencia y compromiso.

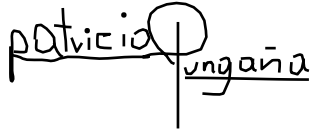
A mi tutora, Msc. Gabriela Loza, por su guía experta, paciencia y dedicación, gracias por su tiempo y por creer en este proyecto desde el principio.

A mis profesores y profesoras, quienes me han proporcionado una información integral y han despertado en mí el amor por el conocimiento, cada lección y cada conversación han dejado una huella indudable en mi formación académica y personal, a mis compañeros, familia y amigos, por su amor y comprensión, y por ser mi mayor fuente de motivación. Su apoyo emocional ha sido invaluable en cada etapa de este proceso.

AUTORÍA

Yo, Patricio Orlando Pungaña Espinoza, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink. The name 'Patricio' is written in a cursive style, followed by a large, stylized 'P' that loops around the word 'Pungaña', which is also written in a cursive style.

PATRICIO ORLANDO PUNGAÑA ESPINOZA

Quito, 2 de marzo 2025

MSC. GABRIELA LOZA

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional - ITI, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.



MSC. GABRIELA LOZA

Quito, 2 de marzo 2025

DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Para constancia de esta autorización, en la ciudad Quito, a los 02 días del mes de marzo del 2025, firmo conforme: Conste por el presente documento la cesión de los derechos del trabajo de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Yo, Patricio Orlando Pungaña Espinoza, bajo la dirección de, MSc. Gabriela Loza declaro ser el autor del trabajo de fin de carrera con el tema “Diseño de un Programa de Capacitación para los Prestadores de Servicios Turísticos en la Parroquia Salinas de Tomabela, Provincia de Bolívar”, como requisito fundamental para optar por el título de, Guía Nacional de Turismo, a su vez autorizo a la biblioteca del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, para que pueda registrar en el repositorio digital y difunda esta investigación con fines netamente académicos, pues como política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, los trabajos de fin de carrera se aplican, materializan y difunden en beneficio de la comunidad.

SEGUNDA: Los comparecientes, MSc. Gabriela Loza, en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Patricio Orlando Pungaña Espinoza, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos del trabajo fin de carrera y conceden la autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna. El Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

TERCERA: Las partes declaradas aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.



Firmado electrónicamente por:
AMPARO GABRIELA
LOZA IBARRA

MSC. GABRIELA LOZA

PATRICIO ORLANDO PUNGAÑA ESPINOZA

Quito, 2 de marzo 2025

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORÍA.....	4
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
Nombre del proyecto	14
Antecedentes.....	14
Marco contextual.....	15
Análisis macro.....	15
Análisis meso.....	16
Análisis micro.....	16
Problema de investigación.....	17
Definición del problema.....	17
Idea a defender	17
Objeto de estudio y campo de acción	18
Justificación	18
Objetivos	19
General	19
Específicos.....	19
Síntesis de la introducción.....	20
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	21
Antecedentes históricos	21
Análisis de la zona de estudio	23
Ubicación Geográfica.....	23
Clima	23

Topografía y Paisaje.....	24
Biodiversidad.....	24
Población y Cultura.....	24
Economía.....	25
Fundamentación Conceptual	25
Turismo	25
Turismo Comunitario	26
Capacitación	27
Emprendimiento	28
Servicios Turísticos	29
Fundamentación Legal	30
Fundamentación Técnica.....	36
PLAN DE CAPACITACIÓN.....	36
Tipos de capacitación	37
Competencias del plan de capacitación	37
Implementación del plan de capacitación.....	37
Resultados de una Capacitación	38
Análisis de Necesidades de los prestadores de servicios.....	38
Definición de Objetivos de aprendizaje.....	38
Diseño del programa de capacitación.....	38
Selección de Instructores	39
Implementación	39
Retroalimentación y mejora continua.....	39
Síntesis de capítulo	40
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO	41
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	41

Explorativa	41
Descriptiva.....	41
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	41
Cuantitativo	41
Cualitativo	42
Analítico – sintético.....	42
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	42
Observación	42
Encuesta.....	42
Muestreo Tipo. - Probabilística	43
Simple.....	43
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	43
Síntesis del capítulo	63
CAPÍTULO III: PROPUESTA	64
Descripción de la propuesta.....	64
Viabilidad	64
Económico.....	65
Social	65
Cultural.....	66
Ambiental	66
Impacto.....	66
Desarrollo de la propuesta	67
Diagnóstico de la Capacitación	67
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	76
Síntesis del capítulo.....	77
CONCLUSIONES.....	78

RECOMENDACIONES	79
REFERENCIAS	80
APÉNDICE	83
ANEXOS.....	84
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	43
Tabla 2.....	44
Tabla 3.....	45
Tabla 4.....	47
Tabla 5.....	49
Tabla 6.....	51
Tabla 7.....	53
Tabla 8.....	54
Tabla 9.....	56
Tabla 10.....	58
Tabla 11.....	60
Tabla 12.....	62
Tabla 13.....	69
Tabla 14.....	70
<i>Tabla 15</i>	71
Tabla 16.....	72
Tabla 17.....	73
Tabla 18.....	74
Tabla 19.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	44
Figura 2:	45
Figura 3:	46
Figura 4:	48
Figura 5:	49
Figura 6:	51
Figura 7:	53
Figura 8:	55
Figura 9:	57
Figura 10:	58
Figura 11:	60
Figura 12:	62
Figura 13:	68
Figura 14:	84
Figura 15:	85
Figura 16:	85
Figura 17:	85
Figura 18:	85
Fotografía 19:	85
Fotografía 20:	85

RESUMEN

El programa de capacitación es un proceso indispensable dando inicio con la identificación del problema, la falta de capacitación en los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Salinas de Tomabela, provincia de Bolívar, lo que afecta la calidad del turismo local, el objetivo fue diseñar un programa de capacitación para mejorar las competencias de los prestadores y fortalecer el desarrollo turístico sostenible, basándonos en la idea a defender de que una capacitación adecuada incrementa la calidad del servicio y la satisfacción del turista, se empleó una metodología mixta, esta incluyó el diagnóstico situacional mediante encuestas, permitiendo identificar las principales necesidades de formación, a partir de los resultados, se diseñó un programa estructurado en módulos enfocados en diferentes áreas. La propuesta busca no solo mejorar la experiencia del visitante, sino también empoderar a los prestadores de servicios, fomentando un desarrollo turístico integral y sostenible en la parroquia, potenciando sus recursos culturales, naturales, microempresas y emprendimientos.

Palabras claves: CAPACITACIÓN, SERVICIOS TURÍSTICOS, DESARROLLO SOSTENIBLE, TURISMO, CALIDAD DEL SERVICIO

INTRODUCCIÓN

Nombre del proyecto

Diseño de un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos en la parroquia Salinas de Tomabela, provincia de Bolívar.

Antecedentes

En el cantón Guaranda, se encuentra la parroquia Salinas de Tomabela con gran potencial turístico, está ubicada al norte de la provincia a 29 kilómetros, posee 18 comunidades todas ellas ayudan a producir productos, son ideales para el desarrollo turístico de la misma, acurrucada en medio de un hermoso valle andino se encuentra Salinas de Guaranda, una localidad que posee hermosos paisajes para el deporte y el turismo (Mintur, El nuevo Ecuador, 2019).

Hace 40 años, Salinas de Tomabela era un pueblo donde no existía vías de acceso, comunicación y mucho menos servicios básicos, debido a su ubicación geográfica. Pero todo cambio cuando un salesiano italiano llamado Padre Antonio Polo, llegó a Salinas con nuevos ideales y pensamientos de economía solidaria, trabaja en equipo promoviendo valores como la solidaridad, amistad, cooperación, ética entre otros y motivado por la fe católica impulso a los pobladores para poner en marcha sus proyectos, al pasar los años transformo a Salinas de un pueblo olvidado por el mundo a un pueblo netamente turístico (Chamorro, 2015).

La capacitación es una herramienta enfocada en el aprendizaje de nuevos métodos e ideas que orienta a la mejora continua de un establecimiento para su propio beneficio, la aplicación de estos métodos se convierte en una herramienta d

competitividad para los sectores en los cuales se lleva a cabo para orientar e informar sobre algunos temas en específico que deben mejorar o implementar de ser el caso en un establecimiento (ÁLVAREZ, 2022).

Actualmente la demanda turística que recibe la parroquia de Salinas y sus alrededores es más exigente en cuanto a los servicios de calidad por tal razón el siguiente trabajo tiene como objetivo la capacitación a los prestadores de servicios turísticos en las distintas áreas de alimentación, hospedaje, atención al cliente y microempresas para mejorar sus habilidades y conocimientos por ende se diseñará un programa que encaje todos los temas acordes a sus (Sánchez, 2024).

El propósito de las capacitaciones será de fortalecer las habilidades y conocimientos de los prestadores de servicios en diferentes áreas organizacionales, empresariales turísticas en los cuales abarcaremos el tema de saneamiento ambiental en las diferentes áreas de las microempresas el cual esperamos que sea de beneficio para los prestadores de servicios y trabajadores en general (Fernando, 2022).

Marco contextual

Análisis macro

La política del Estado para el sector turístico busca dinamizar la economía Nacional en el ámbito de la actividad turística, mediante la coordinación y acción de las entidades públicas, privadas y comunitarias, a través de una gestión eficiente, mejorando la competitividad del sistema turístico con productos y servicios innovadores y de calidad (Universidad de Guayaquil, págs. 15,2013).

El Ministerio de Turismo ofrece las capacitaciones en temas como: Finanzas para emprendedores, Diseño de experiencias, Gestión de emprendimientos Turísticos, Información Turística, Buenas prácticas manufactureras.

Estas capacitaciones se abren dos veces al año de acuerdo con las temáticas. Estas capacitaciones no tienen ningún costo para el participante contribuyendo desde el Estado con una oferta de formación permanente (Mintur, Ecuador, 2023).

Análisis meso

La provincia de Bolívar posee atractivos turísticos entre los cuales se destaca, la Parroquia de Salinas debido al potencial turístico que posee (Bolívar, 2023).

Para la zonal 5 que incluye la Provincia de Bolívar las capacitaciones se brindan dos veces al año cada seis meses por el Ministerio de Turismo - MINTUR, sin costo alguno además se otorgan certificados.

Análisis micro

La presente investigación se enfoca en el diseño de un programa de capacitación para los prestadores de servicios de las microempresas lo cual contribuye a mejorar la calidad de vida de la zona (Ramos, 2018).

En Salinas de Tomabela se ha brindado capacitaciones anteriormente por Corporación de Grupo Salinas en el año 2016 con certificación de 40 horas, otros cursos por parte de Ministerio de Turismo (MINTUR) y una corporación alemana de buenas prácticas alimenticias, Atención al cliente y Gastronomía, estos cursos fueron gratuitos.

Por el momento no existe ninguna planificación de capacitaciones en el transcurso del año (CTC, 2024).

Problema de investigación

Ausencia de capacitación a los prestadores de servicios turísticos en Salinas de Tomabela, lo que limita brindar un servicio de calidad.

Definición del problema

La ausencia de capacitación a los prestadores de servicios turísticos se traduce en la pérdida de habilidades, conocimientos actualizados y estándares de servicio, lo que puede manifestarse en servicio al cliente deficiente que resultar en experiencias insatisfactorias para los turistas, afectando directamente la percepción del destino con la falta de información sobre los recursos locales pueden limitar la capacidad de ofrecer experiencias auténticas y enriquecedoras a los visitantes además el impacto en la carencia de capacitación en seguridad y protocolos de emergencia pondría en riesgo la seguridad de los turistas, afectando la reputación del destino. La falta de actualización sobre las tendencias y expectativas actuales del mercado puede resultar ausencia de oportunidades y en la falta de competitividad frente a otros destinos.

Idea a defender

Con el diseño del programa de capacitación para prestadores de servicios turísticos se fortalecerá los conocimientos las habilidades la experticia en atención y servicio al cliente enfocado en el desarrollo del turismo local permitiendo que todos los prestadores de servicios sepan cómo desarrollar sus buenas prácticas manufactureras en cada una de las áreas de sus fábricas los productos para ofertar un servicio de calidad y calidez a sus clientes.

Objeto de estudio y campo de acción

Objeto de Estudio: Diseño de un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos

Campo de Acción: En la parroquia Salinas de Tomabela, provincia Bolívar.

Justificación

El sector turístico desempeña un papel fundamental en el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en la parroquia Salinas. Sin embargo, para garantizar experiencias turísticas de calidad, es esencial contar con prestadores de servicios turísticos capacitados. La capacitación adecuada no solo mejorara la calidad del servicio, sino que también contribuye a la promoción de destinos y al aumento de la satisfacción del turista, con el constante cambio en las expectativas de los viajeros y las tendencias del mercado es imperativo diseñar un programa de capacitación que permita a los prestadores de servicios mantenerse actualizados y competentes, la implementación de programas pueden contribuir no solo a mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, sino también a potenciar los productos elaborados en las microempresas y fomentar un desarrollo sostenible en la parroquia Salinas.

El programa de capacitación propuesto para los prestadores de servicios turísticos en Salinas de Tomabela se justifica por su potencial para catalizar el desarrollo económico local, mejorar la experiencia del visitante y fomentar buenas prácticas manufactureras, todo ello contribuyendo a consolidar a Salinas como un destino turístico destacado en la Provincia Bolívar. La capacitación brindara a los prestadores de servicios las herramientas necesarias para destacarse en un mercado turístico cada vez más competitivo. El uso de tecnologías, la promoción

efectiva y la colaboración entre los prestadores contribuirán a posicionar a Salinas como un destino preferido.

La necesidad de implementar un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos en la parroquia Salinas de Tomabela, busca desbloquear este potencial creando experiencias memorables que atraigan a visitantes y generen beneficios económicos para el sector. Este programa de capacitación permitirá elevar las habilidades y conocimientos de los prestadores mejorando la atención al cliente, la gestión de servicios y la eficacia operativa, lo que se traducirá en experiencias más positivas para los turistas además dotará a los prestadores de herramientas para destacarse, ya sea a través de la implementación de tecnologías innovadoras.

Objetivos

General

Elaborar un programa de capacitación integral para los prestadores de servicios turísticos mejorando la calidad del servicio y el desarrollo sostenible en la parroquia Salinas de Tomabela, provincia Bolívar.

Específicos

Analizar el impacto de la falta de capacitación en los prestadores de servicios turísticos en la parroquia Salinas de Tomabela.

Identificar las áreas específicas de deficiencia en conocimientos y habilidades entre los prestadores de servicios turísticos.

Desarrollar módulos de capacitación con temas detallados que aborden las áreas identificadas en el turismo y las microempresas.

Síntesis de la introducción

El presente capítulo introductorio ha facilitado visibilizar que en la parroquia de Salinas de Tomabela se requieren profesionales altamente capacitados para brindar experiencias excepcionales a los viajeros, para este caso el diseño de un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos se presenta como una iniciativa crucial para abordar las demandas cambiantes del mercado y elevar los estándares en el servicio de calidad en el servicio turístico local. A través de una cuidadosa identificación de necesidades y la implementación de módulos adaptados, este programa busca no solo mejorar las habilidades individuales de los prestadores, sino también fortalecer la imagen y competitividad del destino turístico y las microempresas en su conjunto, la colaboración y participación de los actores del sector son fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de este programa de capacitación. Así como cooperar esfuerzos para identificar el contexto conceptual base, el cual se abordará en la siguiente sección.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En este capítulo se realizará la investigación de los escenarios físicos e históricos de la parroquia Salinas de Tomabela. Esto ayudará a describir los principales lugares con potencial turístico, los hechos históricos más relevantes un programa de diseño de capacitación que sea de beneficio para las microempresas que proporcione la siguiente investigación.

Antecedentes históricos

Periodo Prehispánico (Antes del siglo XVI)

Población Indígena Tomabela: la región estaba habitada por la nación Tomabela, un subgrupo de los Puruahes, que se dedicaba a la agricultura y a la exportación de las salinas naturales. Esta actividad dio nombre a la zona y era un recurso valioso para las comunidades locales. (Parrales Pacheco, 2019)

Época Colonial (XVI -XVIII)

Integración a las Encomiendas: Tras la conquista española, la región de Salinas fue integrada en el sistema de encomiendas. Las salinas naturales continuaron siendo exportadas, ahora bajo control colonial, y se desarrolló una economía basada en la agricultura y la ganadería.

Comercio de sal: La sal extraída de la región se convirtió en un producto importante para el comercio local y regional, siendo utilizada tanto para consumo humano como para la conservación de alimentos (Parrales Pacheco, 2019).

Fundación de la Parroquia (1884)

El 1 de enero de 1884, se funda oficialmente la parroquia de Salinas de Tomabela, durante esta época, la comunidad vivía principalmente de la agricultura de subsistencia, con poca infraestructura y un acceso limitado a los mercados.

Intervención de los Salesianos (1971 – Década de 1980)

1971: Llegada del padre Antonio Polo, sacerdote de la orden salesiana, quien inicia un proceso de organización comunitaria y desarrollo económico en Salinas. Se crean las primeras cooperativas, orientadas a mejorar la economía local a través de la producción de quesos, chocolates y otros productos artesanales.

1973 - 1980: Se consolida diversas cooperativas y asociaciones comunitarias. Se establece fábricas de quesos y otras iniciativas productivas que mejoran significativamente la calidad de vida de los habitantes y sientan las bases para el desarrollo económico autosostenible. (Ramos Pungaña, 2016)

Expansión y Reconocimiento (Década de 1990 – 2000)

Década de 1990: El modelo de desarrollo comunitario basado en cooperativas comienza a recibir atención nacional e internacional. Salinas se convierte en un ejemplo de desarrollo rural sostenible en Ecuador.

1997: La parroquia recibe reconocimiento a nivel nacional por sus productos artesanales de alta calidad, especialmente los quesos, que ganan premios en diversas ferias y concursos. (Ramos Pungaña, 2016)

Desarrollo del Turismo Comunitario (2000- Presente)

Década de 2000: El turismo comunitario se desarrolla como una fuente de ingresos para la parroquia. Los visitantes llegan atraídos por la oportunidad de conocer el modelo cooperativo, participar en actividades artesanales y disfrutar del entorno natural.

Actualidad: Salinas de Tomabela sigue siendo un referente en el desarrollo comunitario y turístico. Las cooperativas continúan siendo el motor económico de

la comunidad, y se realizan esfuerzos constantes para mantener la sostenibilidad y la cohesión social (Ramos Pungaña, 2016).

Análisis de la zona de estudio

La parroquia Salinas de Tomabela es una pequeña comunidad rural situada en la provincia de Bolívar, Ecuador. Con una historia rica en transformaciones socioeconómicas, Salinas se ha convertido en un modelo de desarrollo comunitario y turismo sostenible.

Ubicación Geográfica

Región: salinas de Tomabela está ubicada en la provincia de Bolívar, en la región central de los Andes Ecuatorianos.

Altitud: Se encuentra a una altitud aproximada de 3,550 metros sobre el nivel del mar, en una zona montañosa que forma parte de la cordillera de los Andes.

Coordenadas: Aproximadamente Coordenadas: 1°36'S de latitud y 79°00'O de longitud.

Clima

Características Climáticas: El clima de Salinas es frío andino, con temperaturas que oscila entre los 5°C y 15°C durante todo el año. Las precipitaciones son moderadas, concentrándose principalmente entre octubre y mayo. Las mañanas suelen ser soleadas, mientras que las tardes y noches pueden ser frescas y nubladas.

Impacto en la Agricultura: Este clima favorece cultivos como la papa, los pastizales, es ideal para la ganadería, especialmente para la producción de leche, recurso fundamentalmente para la industria quesera de la región.

Topografía y Paisaje

Relieve: La topografía d Salinas e accidentada, con colinas y montañas que forman parte de la cordillera de los Andes, la zona está marcada por valles estrechos y pendientes pronunciadas.

Recursos Naturales: Salinas cuenta con importantes recursos naturales, como las minas de sal, los farallones y suelos fértiles para la agricultura, el paisaje también está compuesto por paramos y pastizales que son utilizados para el pastoreo de ganado.

Biodiversidad

Ecosistema: La parroquia se encuentra en un ecosistema de páramo, caracterizado por su flora nativa como frailejones, chuquiraguas y diversas especies de gramíneas, este ecosistema es crucial para la regulación hídrica, ya que actúa como una esponja que retiene el agua de las lluvias y la libera gradualmente.

Fauna: La fauna incluye especies adaptadas a la altura y al frío, como el conejo andino, el venado y diversas aves de páramo. La conservación de este ecosistema es esencial para mantener el equilibrio ecológico de la región.

Población y Cultura

Demografía: Salinas de Tomabela tiene una población aproximada de 5.821 habitantes, la mayoría de los cuales son de origen indígena y mestizo, la comunidad es conocida por su fuerte sentido de identidad y cohesión social.

Cultura: La cultura es rica en tradiciones andinas, que se reflejan en su música, danzas y festividades, la comunidad ha desarrollado un modelo de

organización social basado en cooperativas, lo que ha fortalecido la participación y empoderamiento comunitario.

Economía

Actividades Productivas: La economía de Salinas se basa en la agricultura, la ganadería y la producción artesanal de productos de emprendimientos como quesos, chocolates, aceites esenciales, hongos, frutos secos, tejidos textiles, embutidos e hilandería. Las minas de sal también se ha convertido en un medio económico ya que es una actividad tradicional que hoy en día se exporta a otros países internacionales.

Turismo. En las últimas décadas, el turismo ha emergido como una fuente significativa de ingresos, el turismo comunitario permite a los visitantes participar en actividades como la elaboración de productos artesanales, la visita a las minas de sal, el ecoturismo y actividades de ocio (Mata Mera, 2014).

Fundamentación Conceptual

Turismo

Para, (Palafox-Muñoz, 2005), El turismo es un fenómeno social donde las personas se desplazan de un lugar a otro con fines de recreación, descanso, cultura o salud, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando interrelaciones de importancia social, económica y cultural, de esta manera desarrollando diferentes sectores de los países, con el paso del tiempo el turismo ha ido repercutiendo en la vida social económica y cultural de los pueblos, muchas de las personas el turismo le han tomado con fines de enriquecimiento, movimiento de personas que pernotan del lugar de su residencia

permanente por cualquier motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o su profesión.

Como señala, (Lévi-Strauss, 1963). El turismo permite el contacto entre diferentes culturas, lo cual puede llevar tanto a la valorización de las tradiciones locales como a su transformación en respuesta a las demandas externas, la importancia de entender el turismo no solo como una actividad sino como un fenómeno que afecta profundamente las estructuras culturales y sociales de los destinos turísticos.

Según, (Ritchie, 1999), Analiza al turismo no solo como una actividad económica, sino como un fenómeno complejo que afecta a múltiples aspectos de la vida en los destinos turísticos, su enfoque multidimensional destaca la importancia tanto los impactos positivos como el desarrollo económico y la generación de empleo, como los negativos tales como el sobre cambio cultural y la degradación ambiental, esta perspectiva sugiere que una planificación turística efectiva debe integrar estrategias para gestionar estos impactos y promover un desarrollo sostenible que beneficie tanto a los turistas como a las comunidades.

En virtud de a ver analizado el turismo se puede concluir que es uno de los mejores enfoques que genera la economía por medio del sistema turístico mediante recursos tanto naturales como culturales en su mega diversidad.

Turismo Comunitario

Gudynas define el turismo comunitario como una actividad en la que la comunidad es el actor central en la planificación, ejecución y beneficios económicos del turismo, el objetivo principal es que los ingresos generados se

queden en la comunidad, promoviendo su desarrollo socioeconómico de manera sostenible (Gudynas, 2003).

Corbet enfatiza que el turismo comunitario involucra a las comunidades locales en el diseño y operación de las actividades turísticas, destacando que la autenticidad cultural y la conservación del patrimonio natural son esenciales para el éxito del modelo. Los turistas se acercan a las costumbres a la vida cotidiana de las comunidades, en lugar de meramente observarlas desde una perspectiva (Corbet, 2008).

Honey define el turismo comunitario como una forma de ecoturismo en la que las comunidades locales tienen el control sobre las decisiones que afectan su territorio, además, subraya que la distribución de los ingresos debe ser equitativa y que las actividades turísticas deben respetar el entorno ambiental y cultural de las comunidades (Honey, 2008).

Por lo tanto, el turismo comunitario debe ser gestionado por la propia comunidad, garantizando beneficios económicos directos promoviendo la sostenibilidad, el aspecto económico, la autenticidad cultural y el respeto ambiental.

Capacitación

Dessler define la capacitación como un proceso sistemático mediante el cual los empleados adquieren habilidades técnicas, conocimientos y competencias que son necesarias para mejorar el desempeño en el trabajo. Este proceso incluye la identificación de necesidades de capacitación, la planificación de programas y la evaluación de resultados (Dessler, 2016).

Para Chiavenato, la capacitación es un conjunto de actividades cuyo propósito es el desarrollo de competencias en los empleados para optimizar su rendimiento en el puesto de trabajo. Destaca que la capacitación es una herramienta clave para el crecimiento tanto del individuo como de la organización (Chiavenato, 2009).

Robbins y Judge ven la capacitación como una inversión que las organizaciones realizan en su capital humano para mejorar habilidades específicas y comportamientos. El enfoque principal es preparar a los empleados no solo para sus roles actuales, sino también para futuros desafíos en la empresa (Judge, 2013).

Desde mi punto de vista la capacitación es fundamental para mejorar el desempeño individual y organizacional, se enfoca en la estructura del proceso, su importancia para el desarrollo continuo y su valor como una inversión estratégica para enfrentar desafíos futuros.

Emprendimiento

Schumpeter define el emprendimiento como un proceso de innovación que implica la introducción de nuevos productos, métodos de producción, mercados o formas de organización, el emprendedor es el agente de cambio que desafía el statu quo y genera “destrucción creativa” al modificar la estructura existente (Schumpeter, 2012).

Drucker considera el emprendimiento como una disciplina, destacando que su esencia es la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades. Según él, los emprendedores no solo innovan, sino que también crean valor al combinar recursos de manera eficiente, asumiendo riesgos calculados (Drucker, 1985).

Hisrich y sus coautores definen el emprendimiento como el proceso de crear algo nuevo, caracterizado por la dedicación, la voluntad de asumir riesgos financieros, el emprendimiento implica la creación de nuevas empresas o iniciativas dentro de organizaciones existentes (Shepherd, 2010).

En sí, el emprendimiento es un proceso creativo que conlleva la innovación y creación de valor, es un impacto transformador del emprendedor en la economía, presenta como una disciplina orientada a aprovechar oportunidades y destacan la importancia del riesgo y la recompensa en este proceso.

Servicios Turísticos

Kotler y sus coautores definen los servicios turísticos como todas aquellas actividades y beneficios intangibles que son ofrecidos a los turistas, incluyendo hospedaje, transporte, alimentación y entretenimiento. Enfatizan que los servicios turísticos son intangibles, inseparables, perecederos y variables, lo que requiere una gestión cuidadosa para asegurar la satisfacción del cliente (Kotler, 2010).

Holloway y Humphreys conceptualizan los servicios turísticos como un conjunto de productos intangibles que ofrecen experiencias al consumidor en un entorno de ocio y recreación, estos servicios se caracterizan por ser heterogéneos, dado que varían según el prestador, el lugar y el momento en que se ofrecen (Humphreys, 2012).

Middleton y Clarke concuerdan los servicios turísticos como el conjunto de bienes y actividades que proporcionan al turista experiencias placenteras y memorables, estos servicios abarcan desde la planificación del viaje hasta las interacciones con los prestadores de servicios, siendo fundamentales para el éxito de la industria turística (Clarke, 2001).

Por ende, los servicios turísticos son un conjunto de actividades intangibles destinadas a mejorar la experiencia del turista, se centran en las características distintivas de los servicios, como su intangibilidad, la importancia de proporcionar experiencias satisfactorias. Los servicios turísticos son clave para ofrecer el valor y generar satisfacción a los turistas a través de experiencias personales y memorables.

Fundamentación Legal

CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008

Decreto Legislativo 0

Registro Oficial 449 de 20-oct-2008

Última Modificación: 13-jul-2011

Estado: Vigente

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividad el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.

8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

Art. 313.- El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficacia.

Art. 397.- En caso de daños ambientales el Estado actuara de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operado de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también recaerá sobre los servidores y servidoras que la ley establezca. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO

Decreto Ejecutivo 1186

Registro Oficial 244 de 5-ene.-2004

Última Modificación: 22-ene.-2015

Estado: Vigente

Art. 2.- **Ámbito.** - Se encuentra sometidos a las disposiciones contenidas en este reglamento:

- a.** Las instituciones del Estado del régimen vigente nacional dependiendo del sector turístico y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios (Ministerio de Turismo);
- b.** Las instituciones del Estado del Régimen nacional dependiente que por razones del ejercicio de las competencias que le son propias y que tiene relación con el desarrollo de actividades turísticas por disposición de sus leyes especiales, y a nombre de ellas, y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios (como

por ejemplo: Ministerio del Ambiente, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Salud, Ministerio de Gobierno, Intendencia de Policía, comisarias nacionales de Policía y todas aquellas que en el ámbito de sus competencias tienen relación con la actividad turística);

- c.** Las instituciones del Estado, que gozan de autonomía por disposición de sus propias leyes, que por razones del ejercicio de las competencias que le son propias y que tiene relación con el desarrollo de actividades turísticas por disposiciones de leyes especiales y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios (como, por ejemplo: Servicio de Rentas Internas, juzgados y tribunales de la Republica);
- d.** Las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido o no potestades relacionadas con la gestión turística en los términos establecidos en este reglamento, y a nombre de sus autoridades y funcionarios;
- e.** Los cuerpos colegiados establecidos en la Ley de Turismo y cuyas normas generales de funcionamiento se encuentran establecidas en este reglamento, y a nombre de ellas, sus miembros;
- f.** Las personas jurídicas que en virtud de sus propias leyes de constitución y estructuración agrupan formalmente a los prestadores de servicios turísticos en general (como, por ejemplo: Federación Nacional de Cámaras de Turismo, Cámaras provinciales de Turismo, gremios de Turismo);
- g.** El Fondo de Promoción Turística y a nombre de este, los funcionarios y miembros, según lo establece la Ley de Turismo y este reglamento; y,
- h.** Las personas naturales y las personas jurídicas, y a nombre de estatus sus funcionarios y empleados, socios, accionistas y partícipes, que ejerzan

actividades turísticas en los términos establecidos en la Ley de Turismo y este reglamento general de aplicación.

Art.40.- Funcionamientos: Los comités de Turismo no son órganos permanentes y por lo tanto se constituirán y funcionarán cuando sea necesario, por decisión del Ministerio de Turismo o por requerimiento del sector privado, para coordinar y concertar la ejecución de actividades entre los distintos actores dl sector turístico vinculados en un clúster o cadena productiva.

CAPITULO I: DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y SU CATEGORIZACIÓN

Art 42.- Activades turísticas. – Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicios de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento,
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juegos (bingo – mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

CAPITULO II: EL REGISTRO ÚNICO DE TURISMO

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. – Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, en el Ministerios de Turismo.

CAPITULO IV: DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 55.- Requisito previo para la operación. – Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

DE LAS DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA. - Las normas técnicas y reglamentos especiales por actividad y por modalidad que se han determinado en este reglamento con el objetivo de regular la actividad turística a nivel nacional será formulada, consultada y expedida, por el Ministerio de Turismo, a través de acuerdo ministerial, en un plazo no mayor a 24 meses, contados a partir de la publicación de este reglamento general, en el Registro Oficial.

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS**Decreto Ejecutivo 3400****Registro Oficial 726 de 17-dic.-2002****Última modificación: 16-sep.-2011**

Art. 156.- Ecoturismo. - Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por persona naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas en áreas naturales, que correspondan o no al sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permitan la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.

**TITULO VIII: DE LA CAPACITACIÓN, FORMACIÓN Y
PROFESIONALIZACIÓN TURISTICA**

Art. 193.- Centros de formación turísticas.- El Ministerio de Turismo, en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades y demás institutos de educación superior y técnica, determinara a nivel nacional las necesidades de formación y capacitaciones del personal requerido en la actividad turística y autorizara el funcionamiento de los centros de formación y promoción turística a nivel medio que no se hallen sujetos a las normas de la Ley de Educación Superior, y aprobara los correspondientes programas de estudio.

Art. 194.- Labores de capacitación. – El Ministerio de Turismo, para el cumplimiento de sus fines podrá dictar cursos, seminarios, conferencias, o propiciar cualquier evento técnico, para lo cual podrá contratar o invitar a profesionales y técnicos nacionales o extranjeros, de reconocida solvencia.

Art. 195.- Asesoría profesional y técnica. - El Ministerio de Turismo, brindara asesoría profesional y técnica a las empresas turísticas y otras instituciones que los soliciten, para lo cual fijara la tarifa que cobrara por estos servicios.

Fundamentación Técnica

Programa de Capacitación

Según Alfonso, (2004) nos dice: La capacitación Turística es una actividad planeada y basada en necesidades de una empresa, que está orientada a cambios de conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador, satisfaciendo necesidades presentes y prevén necesidades futuras respecto a la preparación y habilidad de los colaboradores, la misma que puede ser a corto plazo y a largo plazo.

El programa de capacitación tiene como finalidad el aumento de las capacidades productivas, para enfrentar las necesidades actuales y futuras de las microempresas, el proceso de planeación, para realizar cambios implica modificar y actualizar conocimientos.

Tipos de capacitación

- a) Capacitación de Inducción. - Se refiere al conjunto de actividades para que los trabajadores se informen sobre los planes, objetivos y políticas de las organizaciones en las que se va integrar al puesto de trabajo.
- b) Capacitación Promocional. - Esta capacitación de la oportunidad al trabajador de alcanzar un puesto de mayor jerarquía.
- c) Capacitación en el Trabajo. - Tienen algunas acciones para desarrollar actividades y mejorar las actitudes de los trabajadores y lograr los objetivos que las empresas estén buscando el conocimiento integral de las personas mediante sus aptitudes y habilidades con una visión a largo plazo.

(RODRÍGUEZ Joaquín, 2007)

Competencias del programa de capacitación

- Mejorar el desempeño en el trabajo
- Evaluar el desempeño de una persona
- Detectar necesidades de capacitación
- Diseñar los cursos de la capacitación
- Facilitar el reclutamiento y selección del personal
- Contribuir a la satisfacción del cliente
- Contribuir a la mejora continua. (GUILLERMO, 2002)

Implementación del programa de capacitación

El programa de capacitación es el proceso mediante el cual se ponen en práctica una serie de acciones planificadas para mejorar las competencias, habilidades y conocimientos de los participantes, por ende, ayudará a cumplir las metas de cada uno de los trabajadores de las microempresas.

Resultados de una Capacitación

- El personal identifica y valora el compromiso que tiene con su trabajo
- Integración del personal a su empresa
- Formación de actitudes, calidad y productividad
- Adopción de conocimientos y habilidades que permitan liderazgo adecuado en la empresa
- Inspiración de creatividad para mejorar el desempeño en la organización

(Alfonso S. , 2004)

Análisis de Necesidades de los prestadores de servicios

El primer paso es identificar las necesidades de los prestadores de servicios turísticos. Esto puede hacerse a través de encuestas, entrevistas y análisis de desempeño. El objetivo es comprender las áreas que requieren mejora, como atención, conocimiento del producto, idiomas, entre otros.

Definición de Objetivos de aprendizaje

Una vez identificadas las necesidades, se deben definir los objetivos de aprendizaje. Estos objetivos deben ser claros, alcanzables y medibles. Por ejemplo, un objetivo puede ser mejorar la comunicación en inglés de los guías turísticos o implementar técnicas de manejo de quejas efectivas.

Diseño del programa de capacitación

En esta etapa se diseña el contenido de la capacitación. Esto incluye la creación de módulos temáticos, elección de materiales didácticos y definición de la metodología de enseñanza. Es crucial que el contenido sea relevante y actualizado, además de interactivo para mantener el interés de los participantes.

Selección de Instructores

Los instructores deben ser expertos en el sector turístico y tener experiencia en capacitación. Pueden ser internos o externos a la organización. Además, deben estar familiarizados con las técnicas modernas de enseñanza y ser capaces de adaptar los contenidos según las necesidades del grupo.

Implementación

La implementación puede ser presencial, en línea o una combinación de ambas (blended learning). Es importante asegurarse de que todos los aspectos logísticos estén contemplados, como el horario, el lugar y los recursos tecnológicos necesarios.

Evaluación

Después de la capacitación, se debe realizar una evaluación para medir la efectividad del programa y el grado de cumplimiento de los objetivos de aprendizaje. Esto puede incluir evaluaciones de conocimientos, encuestas de satisfacción y observación directa del desempeño de los participantes en su trabajo diario.

Retroalimentación y mejora continua

Finalmente, se debe utilizar la retroalimentación obtenida para realizar ajustes y mejoras en futuras capacitaciones. Es fundamental mantener un proceso de mejora continua para que las capacitaciones sigan siendo relevantes y efectivas.

Este proceso asegura que los prestadores de servicios turísticos adquieran las competencias y habilidades necesarias para ofrecer un servicio de alta calidad, lo que se traduce en una mejor experiencia para los turistas.

Síntesis de capítulo

A partir de la fundamentación teórica expuesta en el capítulo anterior, donde se abordan los conceptos clave y las teorías que sustentan estos estudios, en el presente capítulo se procederá a realizar un diagnóstico detallado. Este diagnóstico permitirá identificar las necesidades, problemas y oportunidades específicas que enfrentan los prestadores de servicios turísticos, facilitando así la contextualización de los conceptos teóricos en un entorno real y proporcionando las bases para el diseño de estrategias y soluciones efectivas.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO

Para el presente trabajo se ha empleado los siguientes tipos de investigación, los métodos, las técnicas e instrumentos que están relacionados con el tema pues se acudirá directamente a los establecimientos de los prestadores de servicios Turísticos de la Parroquia Salinas de Tomabela en el cual se aplicarán técnicas como la encuesta además se hará uso de la estadística para cuantificar los resultados.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Explorativa

Es un tipo de investigación que se emplea cuando se tiene poca información sobre un tema o fenómeno, con el objetivo de obtener mayor entendimiento y generar hipótesis preliminares para estudios futuros. Se caracteriza por ser flexible, abierta y no estructurada, ya que busca identificar patrones, conceptos o problemas claves en lugar de probar hipótesis definidas. (Hernández, 2014)

Descriptiva

Describe los datos y características de un fenómeno en estudio, responde a las preguntas quien, que, donde, cuando y como.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Cuantitativo

El método cuantitativo se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, este método tiende a generalizar y normalizar resultados.

Cualitativo

El método cualitativo, se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Se basa en cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes. (Bernan, 2006)

Analítico – sintético

Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas en forma holística integral (síntesis).

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Observación

La observación permitirá obtener datos sobre cómo los prestadores de servicios turísticos interactúan con los turistas, la calidad de los servicios ofrecidos, y las dinámicas comerciales. Por lo cual proporcionara una visión integral del funcionamiento de la actividad turística en la zona, las interacciones entre prestadores y turistas, y el impacto del turismo en la comunidad.

Encuesta

La encuesta es una técnica para la investigación social por excelencia debido a su utilidad, versatilidad, sencillas y objetividad de los datos que con ella se obtiene. Puntualmente la encuesta conduce a la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente con los sujetos que contribuyen la unidad de análisis del estudio investigativo. La encuesta será aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la Parroquia Salinas de Tomabela.

Muestreo Tipo. - Probabilística

Simple

El muestreo probabilístico simple es una técnica donde cada individuo o elemento de una población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra, este tipo de muestreo es especialmente útil cuando se desea obtener una muestra representativa y se dispone de una lista completa de todos los elementos de la población, es adecuado para estudios en los que es posible contar con una lista de todos los elementos de la población y se busca una selección justa y sin sesgo.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta dirigida a los prestadores de servicios turísticos de la Parroquia Salinas de Tomabela.

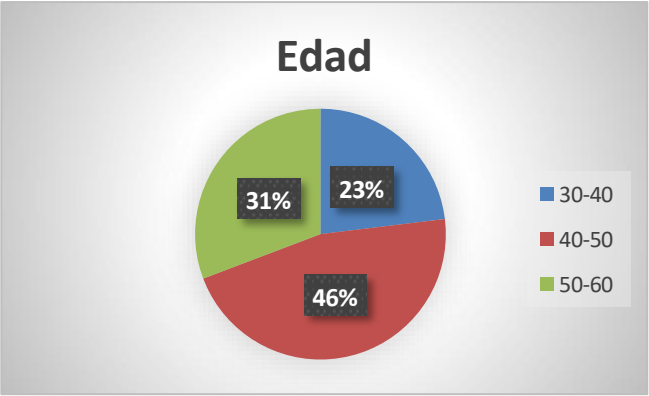
Tabla 1:

Edad

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
30-40	6	23%
40-50	12	46%
50-60	8	31%
Total	26	100%

Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Figura 1: Edad



Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Interpretación

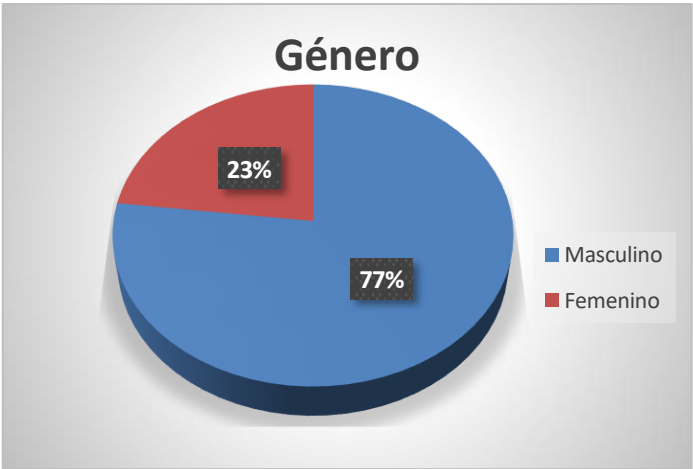
De las encuestas realizadas a los dueños y administradores de las: microempresas, restaurantes, hoteles, hostales y guías en la Parroquia Salinas de Tomabela su edad varía entre los cuales tenemos el 23% de 30 a 40 años, el 46% de 40 a 50 años y el 31% de 50 a 60 años.

Tabla 2
Género

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Masculino	20	77%
Femenino	6	23%
Total	26	100%

Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Figura 2:
Género



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Interpretación

Del 100% de los encuestados el 77%, los directores y dueños son de género masculino mientras que el 23% responde al género femenino que trabajan conjuntamente por brindar un buen servicio y producto a los turistas y talento humano.

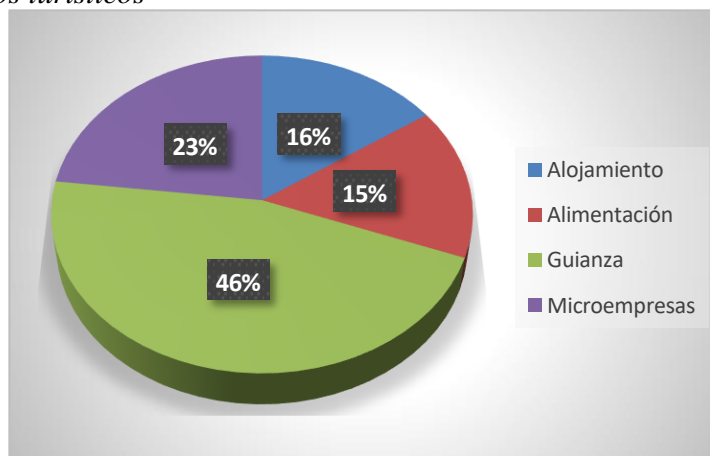
1. ¿Cuál es el tipo de servicio turístico que usted ofrece?

Tabla 3:
Tipos de servicios turísticos

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Alojamiento	4	15%
Alimentación	4	15%
Guianza	12	46%
Microempresas	6	23%
Total	26	100%

Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Figura 3:
Tipos de servicios turísticos



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Interpretación

La interpretación de los resultados proporcionados se centra en la distribución de categorías de servicios y organizaciones representadas entre los encuestados. En términos generales, las cifras indican la proporción de diferentes sectores dentro de la muestra evaluada, lo que puede ofrecer una visión sobre cómo se estructura la oferta turística y comunitaria en la zona estudiada.

El 16 % de los encuestados corresponden a los establecimientos que se dedican a proporcionar servicios de alojamiento a turistas tanto nacionales como extranjeros, en el ámbito local, el sector de alojamiento tiene una presencia moderada en comparación con otros servicios turísticos. Esto podría estar alineado con destinos turísticos donde el foco no está exclusivamente en el alojamiento, sino que hay una mezcla robusta de otros servicios.

Un 15% de los encuestados están asociados con restaurantes que ofrecen una variedad de menús. Esta cifra similar al sector de alojamiento sugiere un equilibrio relativamente similar en la representación de proveedores de alimentos y servicios de hospedaje. Los restaurantes juegan un papel crucial como parte de

la experiencia turística, ofreciendo una oportunidad de degustar platos locales y otros menús diversos.

En cuanto a las microempresas se hace énfasis en la Fundación Familia Salesiana, Fundación Funorsal y el Grupo Juvenil Salinas (FUGJS). Con el 23%, las microempresas y organizaciones comunitarias tienen una mayor representación que los sectores de alojamiento y restauración. Esto enfatiza la importancia de estas pequeñas estructuras empresariales en la economía local y su potencial influencia en el desarrollo comunitario y social. Podrían desempeñar roles vitales en programas de apoyo social, educación y actividades culturales, elevando el atractivo turístico de la región de manera no convencional.

Por otro lado, la representación de los guías turísticos con licencia nacional, que constituyen el 46% de los encuestados, destaca la significancia de las actividades turísticas guiadas en el área. Los guías turísticos son esenciales para interpretar la cultura, naturaleza y la historia local, ofreciendo a las visitantes experiencias enriquecedoras. Este dato sugiere la implementación de una capacitación para los guías locales, lo cual puede ser un indicador positivo del compromiso con el turismo sostenible y de calidad.

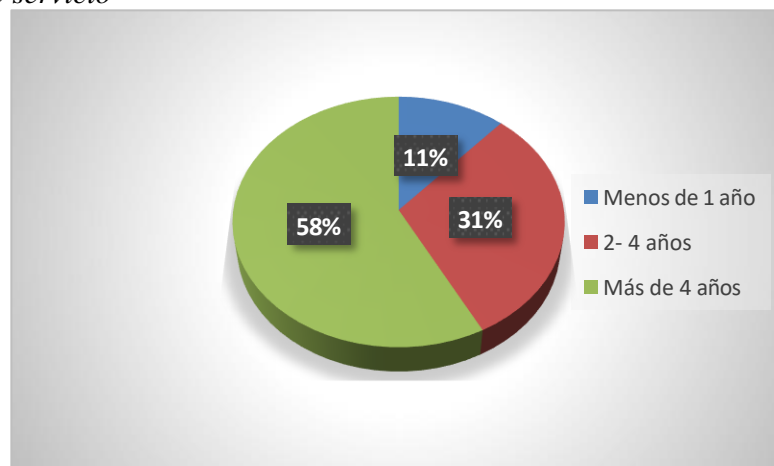
2. ¿Cuántos años lleva trabajando en el sector turístico?

Tabla 4:
Tiempo de servicio

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Menos de 1 año	3	12%
2- 4 años	8	31%
Más de 4 años	15	58%
Total	26	100%

Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Figura 4:
Tiempo de servicio



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

El análisis de este resultado revela varias capas de información sobre la experiencia y el rendimiento laboral dentro del sector turístico.

El 58% representa a individuos que han acumulado varios años en el sector, lo cual sugiere un alto nivel de especialización y estabilidad laboral. La experiencia y los logros mencionados indican que estas personas probablemente han alcanzado un nivel de competencia que les permite no solo entender mejor el mercado turístico, sino también contribuir significativamente al éxito de sus respectivas empresas.

Por otro lado, el 23% de las respuestas obtenidas corresponde al grupo de que oscila entre dos a cuatro años, parece estar en una etapa clave de desarrollo profesional. Sus “mejores desempeños” dentro de sus labores sugiere que están situados en una curva de aprendizaje donde han absorbido suficiente conocimiento para empezar a optimizar y perfeccionar sus habilidades. Este grupo puede representar la renovación y el dinamismo dentro del sector, proporcionando nuevas ideas mientras consolidan su eficiencia. Por último, las personas que

recientemente han incursionado en el sector turístico corresponden al 11%, quienes están en constante aprendizaje y adaptación. Su contribución radica en su entusiasmo y capacidad para aportar perspectivas frescas y posiblemente disruptivas que puedan desafiar el status quo, fomentando la innovación.

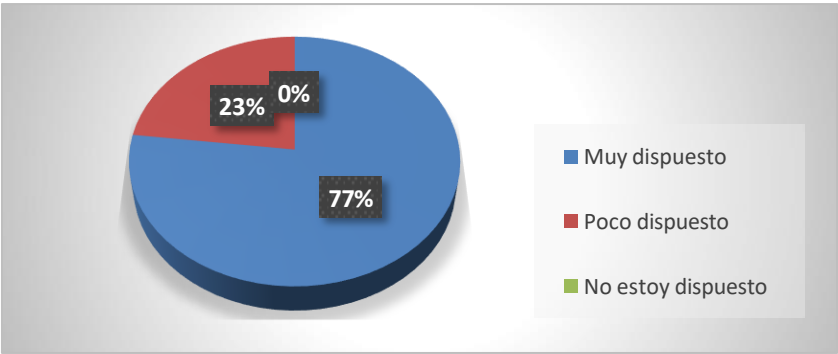
3. ¿Qué tan dispuesto está a participar en un programa de capacitación que mejore sus habilidades y el servicio que ofrece?

Tabla 5:
Participación

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Muy dispuesto	20	77%
Poco dispuesto	6	23%
No estoy dispuesto	0	0%
Total	26	100%

Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Figura 5:
Participación



Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

La interpretación técnica de este resultado sugiere que una mayoría significativa de los encuestados, el 77%, está muy dispuesta a participar en el programa de capacitación. Esto indica una alta aceptación y entusiasmo por parte

de los empleados hacia la oportunidad de mejorar sus habilidades y conocimientos, lo cual entienden que será beneficioso para su rendimiento individual y, en consecuencia, para la productividad y éxito de la empresa.

Por otro lado, el 23% que está menos dispuesto no lo está por falta de interés en el contenido del programa, sino debido a obstáculos logísticos y personales, como los viajes y la falta de tiempo. A pesar de estos contratiempos, reconocen el valor y las ventajas de participar en dichas capacitaciones, lo que podría indicar que, con un ajuste en la planificación del programa o al ofrecer opciones más flexibles, incluso este grupo podría participar más activamente.

En términos técnicos, estos datos resaltan la necesidad de considerar políticas más adaptables o soluciones híbridas de capacitación que tomen en cuenta las barreras mencionadas, optimizando así la participación global de los empleados. Además, la información aporta una perspectiva significativa sobre las potenciales estrategias que la empresa puede implementar para maximizar el impacto del programa y atender las preocupaciones del 23% de encuestados menos dispuestos a comprometerse plenamente debido a factores externos.

Del 100% de los encuestados el 77% responden que están muy dispuestos a recibir el programa de capacitación que será de gran beneficio para su empresa, el 23% responden que están poco dispuestos por temas de viajes, falta de tiempo entre otros asuntos personales, pero analizan que las capacitaciones son favorables y muy buenas para realizar un buen desempeño en sus puestos de trabajo.

4. ¿En qué le gustaría capacitarse para mejorar el servicio a los turistas?

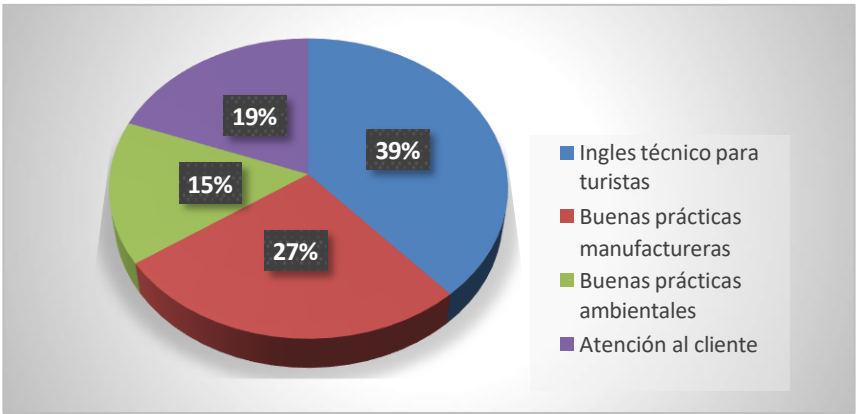
Tabla 6:
Temas de Capacitación

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Ingles técnico para turistas	10	38%
Buenas prácticas manufactureras	7	27%
Buenas prácticas ambientales	4	15%
Atención al cliente	5	19%
Total	26	100%

Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Figura 6:

Temas de Capacitación



Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

El análisis de los resultados de la encuesta revela una clara segmentación de las preferencias formativas de los encuestados, destacando diversas áreas de interés profesional y desarrollo de habilidades. Cada categoría de capacitación refleja una demanda específica basada en las necesidades del mercado y las tendencias actuales.

El 39% de los encuestados han mencionado que desean capacitarse en inglés técnico para turistas, esta opción es la más popular entre los encuestados, subrayando la importancia del inglés como idioma internacional, especialmente en el turismo. La habilidad de comunicarse efectivamente en inglés técnico no solo mejora la experiencia del turista, sino que también amplía las oportunidades laborales en sectores que dependen de la interacción con un público extranjero. La preferencia por este tipo de capacitación podría estar influida por la tendencia creciente del turismo global y la necesidad de comunicarse con un público diverso. En torno a las buenas prácticas manufactureras, el 27% de encuestados está interesado en mejorar sus habilidades en prácticas manufactureras. Esto señala una preocupación por la calidad del producto final y la sostenibilidad en los procesos de producción. Implementar estas prácticas puede llevar a una mayor aceptación del producto en mercados exigentes y a una mayor satisfacción del cliente debido a estándares mejorados de calidad.

Mientras que el 15% de encuestados ha mencionado la importancia de capacitarse en buenas prácticas ambientales, este interés refleja una creciente conciencia ambiental y la urgencia de integrar prácticas sostenibles dentro de las operaciones diarias. La capacitación en este ámbito es fundamental para garantizar que las prácticas empresariales sean sostenibles a largo plazo y para contribuir al cuidado del medio ambiente.

Finalmente, el 19% de encuestados menciona la importancia de capacitarse en atención al cliente, vital para cualquier negocio orientado al servicio. La atención adecuada no solo fideliza a los clientes, sino que también ayuda a atraer nuevos, mejorando así la reputación de la empresa. Este porcentaje

refleja la importancia que los encuestados le otorgan a la interacción directa con el cliente como un factor clave para el éxito empresarial.

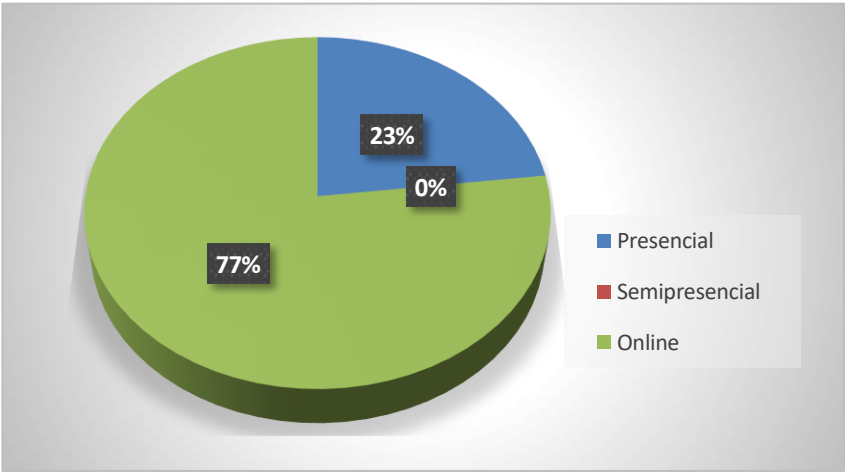
5. ¿En qué modalidad estaría dispuesto a asistir durante las capacitaciones?

Tabla 7:
Tiempo

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Presencial	6	23%
Semipresencial	0	0%
Online	20	77%
Total	26	100%

Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Figura 7:
Tiempo



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

El resultado de la encuesta muestra una clara preferencia hacia la modalidad de capacitación virtual. El 77% de los encuestados opta por formación virtual, destacando la flexibilidad y el ahorro de tiempo como sus principales ventajas. Esto refleja una tendencia creciente hacia la adopción de soluciones

digitales que se adaptan mejor a las necesidades laborales actuales, donde el tiempo es un recurso valioso. Por otro lado, el 23% que prefiere la capacitación presencial podría indicar la importancia de la interacción cara a cara y la posibilidad de una experiencia de aprendizaje más interactiva y personalizada para algunos individuos.

En el contexto actual, donde el trabajo remoto y los horarios flexibles son cada vez más comunes, las organizaciones podrían considerar invertir más en infraestructura y recursos para la capacitación virtual. Al mismo tiempo, podrían explorar métodos híbridos que combinen lo mejor de ambos mundos, satisfaciendo así las necesidades de todos los empleados.

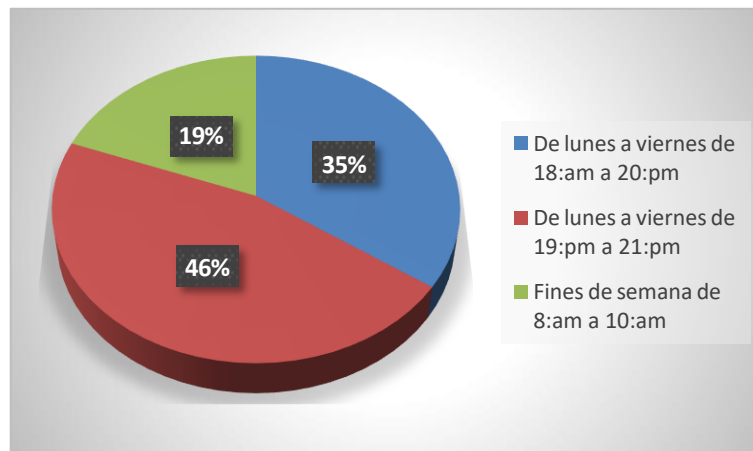
6. ¿En qué horario estaría dispuesto a recibir la capacitación?

Tabla 8:
Horarios

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
De lunes a viernes de 18:am a 20:pm	9	35%
De lunes a viernes de 19:pm a 21:pm	12	46%
Fines de semana de 8:am a 10:am	5	19%
Total	26	100%

Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Figura 8:
Horarios



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

Este resultado de la encuesta proporciona una visión clara de la percepción de los encuestados sobre el horario propuesto. Al analizar los datos, identificamos diferentes segmentos en cuanto a la adaptabilidad del horario: el 35% de encuestados ha mencionado que el horario ideal para recibir las capacitaciones es de lunes a viernes de 18h00 a 20h00, horario que se ajusta bien a su tiempo y disponibilidad. Esta proporción destaca que, si bien hay una aceptación del horario, no representa a la mayoría. Se trata de una porción significativa de la muestra, lo que indica que el horario tiene una base sólida de aceptación, aunque existe la posibilidad de que este grupo necesite flexibilidad en ciertas situaciones. El 19% de encuestados menciona que la disponibilidad es para los fines de semana. Este dato sugiere que, para satisfacer a estos individuos, podría ser ventajoso considerar opciones adicionales o alternativas que incluyan actividades o asignaciones durante el fin de semana. Esto puede apuntar hacia un grupo de personas con compromisos durante la semana, lo que limita su participación en

los horarios propuestos. Finalmente, el 46% ha elegido la opción de lunes a viernes de 19h00 a 21h00, este grupo representa el segmento más grande y probablemente está compuesto por personas cuyos compromisos personales y profesionales se alinean perfectamente con el horario propuesto.

En términos de interpretación técnica, estos resultados brindan información crucial para la planificación y reorganización de horarios. Una posible recomendación podría ser explorar la posibilidad de implementar opciones flexibles para aumentar la satisfacción en cada grupo. También sugiere la necesidad de enfocar los esfuerzos en aumentar la adecuación percibida en el 19% que tiene una preferencia por los fines de semana, lo que podría mejorar el índice general de satisfacción.

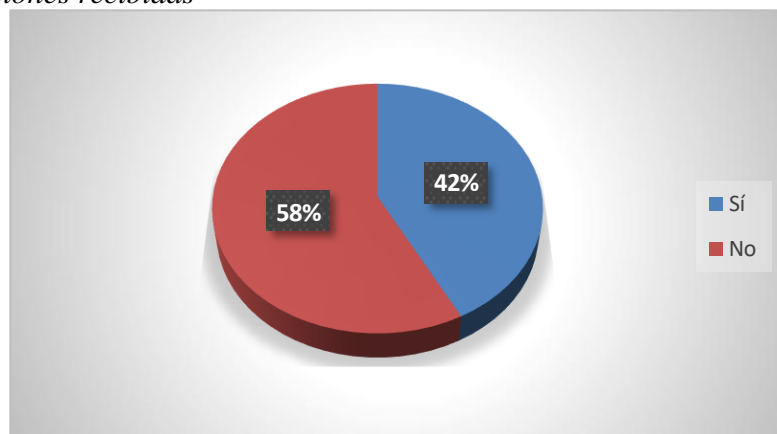
7. ¿Ha recibido capacitación en los últimos 12 meses?

Tabla 9:
Capacitaciones recibidas

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Sí	11	42%
No	15	58%
Total	26	100%

Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Figura 9:
Capacitaciones recibidas



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

El resultado de la encuesta muestra que menos de la mitad de los encuestados (42%) han participado en alguna capacitación relacionada con sus empresas y profesión, lo que sugiere que existe un grado de compromiso por parte de este grupo hacia la mejora continua y el desarrollo profesional. Estos individuos probablemente reconocen la importancia de mantenerse actualizados y mejorar sus habilidades para enfrentarse a los desafíos del mercado laboral.

Por otro lado, una mayor proporción de encuestados (58%) indican no haber realizado ningún tipo de capacitación, citando la falta de coordinación o tiempo como las principales barreras. Esto pone de manifiesto un desafío significativo tanto para los empleados como para las organizaciones, ya que la falta de formación constante puede limitar la competitividad profesional y empresarial. Además, resalta la necesidad de que las empresas consideren estrategias más flexibles y accesibles para la formación de su personal, como módulos en línea o sesiones fuera del horario laboral, con el fin de facilitar la participación de sus empleados.

En términos prácticos, tanto las organizaciones como los individuos deben buscar soluciones que mitiguen estas barreras. Las empresas pueden ofrecer más opciones de aprendizaje autodirigido o fomentar una cultura corporativa que valore y priorice el desarrollo profesional, mientras que los individuos pueden explorar maneras de gestionar su tiempo de manera más eficiente para dar cabida a su crecimiento profesional.

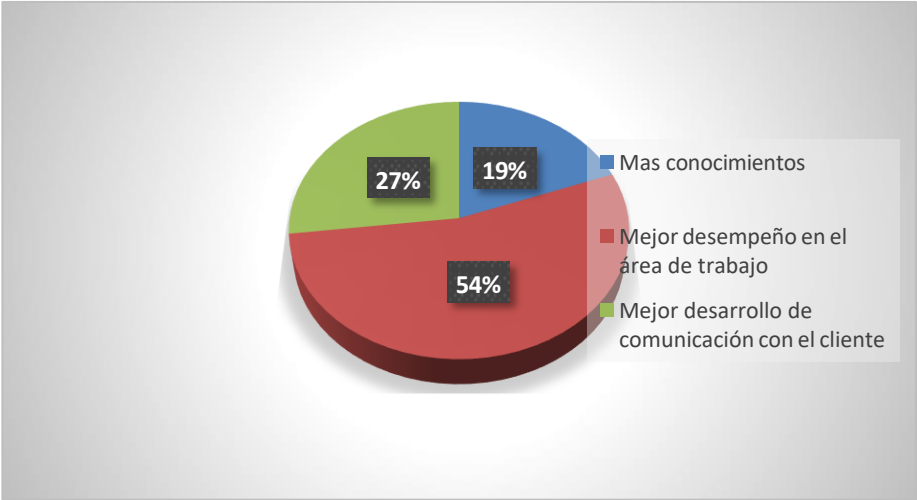
8. ¿Qué espera obtener con la capacitación?

Tabla 10:
Resultados

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Mas conocimientos	5	19%
Mejor desempeño en el área de trabajo	14	54%
Mejor desarrollo de comunicación con el cliente	7	27%
Total	26	100%

Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Figura 10:
Resultados



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

La interpretación técnica de estos resultados se centra en entender las prioridades y objetivos de los encuestados respecto a los beneficios percibidos de la capacitación. Este tipo de análisis puede ayudar a las organizaciones a enfocar sus programas formativos de manera más efectiva. El 19% de los encuestados menciona que después de las capacitaciones espera tener más conocimientos, esta cifra indica que una minoría significativa de los encuestados considera que el principal beneficio de la capacitación es el conocimiento adquirido. Esto sugiere que, para estos individuos, el aprendizaje es una meta en sí misma, probablemente valorando el crecimiento personal y profesional que nuevos conocimientos pueden aportar. Para optimizar los programas de capacitación dirigidos a este segmento, podría ser útil ofrecer contenidos avanzados o especializados que satisfagan su deseo de conocimiento profundo. Por su parte el 54% de los encuestados menciona que espera tener un mejor desempeño en el área de trabajo, esto permitirá mejorar el rendimiento laboral. Esto refleja un interés pragmático en incrementar su competencia laboral y eficiencia. Un programador de capacitación enfocado en proporcionar habilidades prácticas y herramientas directamente aplicables en el entorno de trabajo podría resultar eficaz. Además, los empleadores podrían considerar integrar métricas de desempeño antes y después de la capacitación para medir el impacto y ajustar los programas según las necesidades reveladas. Por otro lado, el 27% menciona que mejorará el proceso de comunicación con el cliente, especialmente en contextos de atención al cliente. Esto pone de manifiesto la creciente importancia de las habilidades interpersonales en el entorno laboral, no solo beneficia al individuo sino también

puede conducir a una mejor satisfacción del cliente y retención por parte de la empresa.

Considerar estos aspectos permite no solo entender mejor los objetivos de los trabajadores respecto a la capacitación, sino también ajustarse de manera más precisa a sus expectativas y necesidades realistas. Tales insights pueden orientar a los responsables de la capacitación en la creación de programas equilibrados que aborden todas estas áreas de interés para maximizar el retorno de inversión de los esfuerzos formativos.

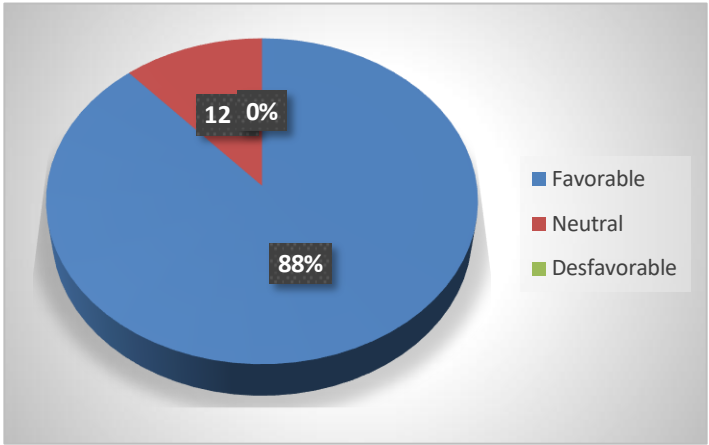
9. ¿Cómo valora el entorno turístico actual donde opera su negocio?

Tabla 11:
Entorno turístico

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Favorable	23	88%
Neutral	3	12%
Desfavorable	0	0%
Total	26	100%

Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Figura 11:
Entorno turístico



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

La mayoría de los encuestados, el 88%, percibe que la ubicación de sus negocios es favorable para recibir visitas de sus clientes. Esto sugiere que la localización de los establecimientos es un factor positivo que podría estar contribuyendo al éxito de sus operaciones. Estas ubicaciones probablemente ofrecen características que facilitan el acceso, la visibilidad o el interés por parte de los consumidores potenciales, lo que podría influir positivamente en el tráfico de clientes y, por ende, en sus ventas. Por otro lado, el 12% de los encuestados considera que su ubicación es neutral debido a ciertos inconvenientes como la distancia y la dificultad de acceso. Esta proporción está haciendo un esfuerzo consciente por compensar estos desafíos mediante un excelente servicio al cliente, lo que destaca la importancia de otras áreas del negocio para mitigar los aspectos negativos relacionados con la localización. Estos negocios pueden estar buscando estrategias alternativas para atraer a los clientes, como servicios adicionales, ofertas especiales o mejoras en la experiencia del cliente. La diferencia entre ambos grupos sugiere que la ubicación es un factor importante, pero no exclusivo, en la percepción del éxito empresarial, y resalta la capacidad de los negocios para adaptarse a condiciones menos que ideales a través de la atención al detalle en el servicio al cliente.

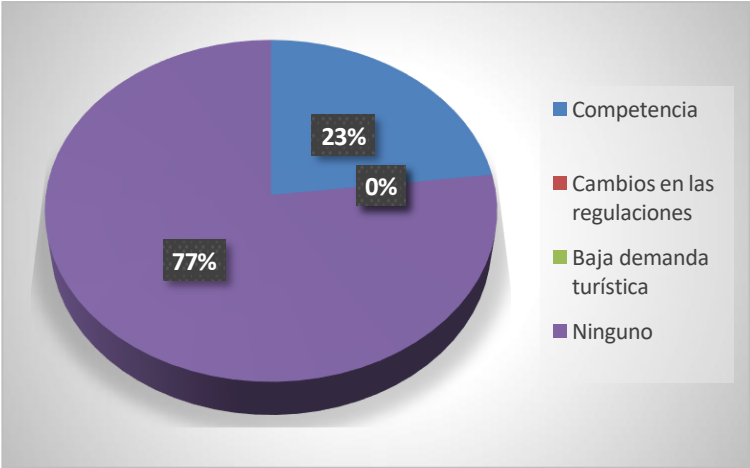
10. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta en su actividad turística?

Tabla 12: Principales retos

Análisis cualitativo	Análisis cuantitativo	Análisis porcentual
Competencia	6	23%
Cambios en las regulaciones	0	0%
Baja demanda turística	0	0%
Ninguno	20	77%
Total	26	100%

Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Figura 12:
Principales retos



Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Interpretación:

La interpretación técnica de estos resultados sugiere una clara segmentación entre dos grupos de percepción de los encuestados respecto al entorno competitivo en el que operan. El 23% de los encuestados que consideran la competencia como un reto parecen estar en mercados donde la diferenciación es menos pronunciada o en donde las barreras de entrada no son lo suficientemente altas, lo que implica que deben enfocarse en estrategias como la innovación de

productos, la mejora del servicio al cliente, o la eficiencia operativa para mantener su competitividad. Esta perspectiva es típica en sectores como la restauración, el hospedaje y la guianza, donde las ofertas pueden ser similares y el éxito depende de capturar la atención de los consumidores mediante una propuesta de valor distintiva. Por otro lado, el 77% que no perciben ninguna amenaza competitiva pueden operar en nichos altamente especializados o tener características de negocio que les otorgan un monopolio o una posición dominante debido a la exclusividad de sus productos y servicios. Esto podría deberse a la singularidad de su oferta, la fidelidad del cliente, o el cumplimiento estricto de normativas y permisos que podrían servir como barrera para los nuevos entrantes. Esta percepción sugiere que estos encuestados se benefician de una ventaja competitiva sostenible, que podría englobar elementos como la protección de propiedad intelectual o acuerdos exclusivos con proveedores locales. Desde una perspectiva de gestión, aquellos que no ven la competencia como una amenaza deben estar vigilantes ante cambios en las tendencias de consumo o regulaciones que puedan alterar su situación ventajosa. Asimismo, incluso en un contexto de falta de competencia percibida, la innovación continua y la adaptación son esenciales para evitar el estancamiento.

Síntesis del capítulo

A partir de los resultados del diagnóstico, se estructurará una propuesta de capacitación enfocada en la profesionalización del servicio turístico, esta propuesta se centrará en abordar las debilidades detectadas para fortalecer tanto las microempresas como emprendimientos.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

Descripción de la propuesta

Este programa de capacitación hace referencia a un conjunto de acciones, estrategias diseñadas para mejorar las habilidades, conocimientos y competencias de las personas y empresas que brindan servicios turísticos en esta localidad, su objetivo principal es garantizar una mejor calidad en los servicios ofrecidos, promoviendo una experiencia satisfactoria para los turistas a la vez que se contribuya al desarrollo económico y sostenible de la Parroquia Salinas de Tomabela, Provincia Bolívar.

Busca fortalecer el sector turístico, optimizar el servicio y contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social y cultural de la Parroquia Salinas, fomentando el turismo de manera sostenible y responsable mediante estrategias que contribuya de manera eficiente a lograr un excelente servicio a los clientes en las empresas que prestan servicios turísticos mediante la capacitación permitirá mejorar la atención y de esta manera se incrementara significativamente el número de clientes para las empresas.

Viabilidad

El diseño e implementación de un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos, tiene la viabilidad desde el impulso económico al aumentar la competitividad y la diversificación del sector turístico, hasta el fortalecimiento social y cultural al promover la inclusión, el respeto por la identidad local y la sostenibilidad, además la capacitación contribuye a un desarrollo económico y ambiental sostenible que beneficiara a largo plazo tanto a los residentes como a los visitantes.

Económico

La capacitación permitirá a los prestadores ofrecer servicios de mayor calidad, lo que posicionará mejor a Salinas de Tomabela, en el mercado turístico, un servicio más profesional y bien organizado genera una ventaja competitiva, lo que atrae a más turistas y por ende mejorar los ingresos generados por el turismo.

El sector turístico capacitado será más eficiente lo que puede traducirse en la creación de más puestos de trabajo tanto directos como indirectos (por ejemplo, guías turísticos, personal de alojamiento, proveedores locales de alimentos y productos). Además, la capacitación puede contribuir a formalizar el empleo en la parroquia, promoviendo mejores condiciones laborales y mayor estabilidad.

Al capacitar a los prestadores en nuevas tendencias turísticas, Salinas de Tomabela podrá diversificar su oferta y atraer a un público más amplio, esto no solo aumenta la demanda sino también mejora la sostenibilidad de la actividad económica a largo plazo.

Social

Un sector turístico más dinámico y eficiente puede traducirse en una mejor calidad de vida para los habitantes de la parroquia, ya que los ingresos provenientes del turismo pueden contribuir al bienestar general, mejorando infraestructuras locales y servicios públicos.

La capacitación puede ser una herramienta para promover la igualdad de oportunidades, especialmente para grupos vulnerables, como mujeres y jóvenes que podrían encontrar en el sector turístico una vía para su inserción laboral, esto contribuirá a la construcción de una comunidad más exclusiva.

Cultural

Al capacitar a los prestadores de servicios, se asegura que los turistas reciban una experiencia autentica, que a su vez contribuye a la prestación del patrimonio local, los prestadores actuaran como embajadores de la cultura local, transmitiendo conocimientos sobre la localidad y promoviendo el orgullo comunitario.

Ambiental

La capacitación permitirá a los prestadores de servicios turísticos implementar practicas sostenibles, como el manejo adecuado de los residuos, el uso racional de los recursos naturales (agua, energía) y la protección de los ecosistemas locales, esto no solo beneficiara al ambiente, sino que también posiciona a Salinas de Tomabela como un destino turístico responsable, alineado con las crecientes demandas de los turistas que buscan destinos que promuevan la sostenibilidad.

Los prestadores podrán ofrecer experiencias turísticas que estén directamente conectados con la naturaleza, ayudando a sensibilizar tanto turistas como a la comunidad sobre la importancia de preservar los recursos naturales del sector.

Impacto

El impacto positivo que tendrá el diseño de un programa de capacitación no solo elevará la calidad de los servicios y la satisfacción de los turistas, sino que también fomentará el desarrollo económico sostenible, la protección del ambiente, y el fortalecimiento de la identidad local, contribuyendo así al bienestar social de la comunidad en su conjunto.

Desarrollo de la propuesta

Diagnóstico de la Capacitación

La importancia de los prestadores de servicios turísticos en la parroquia Salinas es innegable dentro del contexto turístico regional. Estos actores son fundamentales para mantener y potenciar el flujo de visitantes que acuden a explorar los diversos atractivos que ofrece la parroquia. Su papel abarca la oferta de alojamiento, guía y acompañamiento, transporte, y actividades recreativas, todo lo cual contribuye a mejorar la experiencia turística y fomentar la reactivación económica del área.

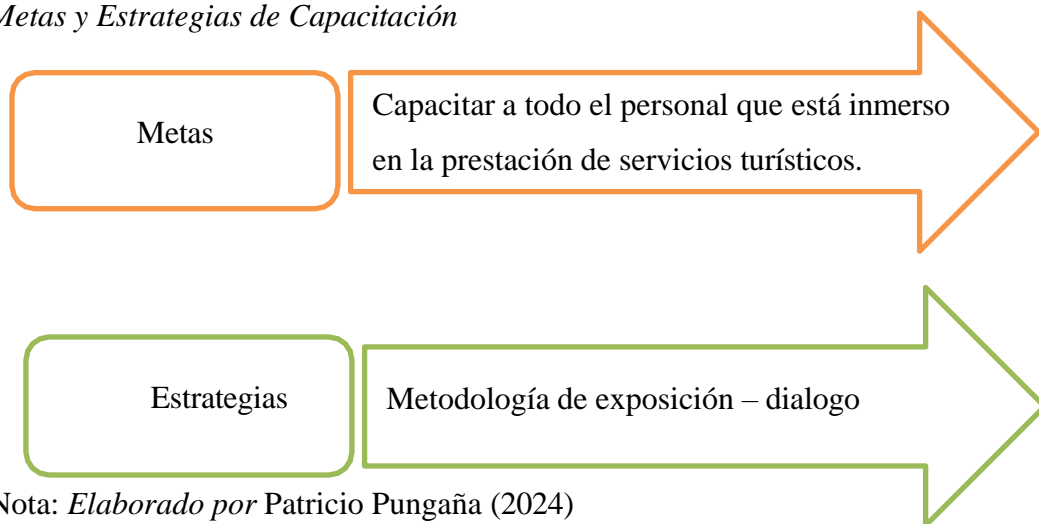
Los prestadores de servicios turísticos son, a menudo, el primer punto de contacto con los turistas, asegurando que se sientan bienvenidos y atendidos durante su estancia. Esto no solamente incluye servicios básicos y confortables, sino que también implica la promoción de la herencia cultural y natural de Salinas, permitiendo a los visitantes sumergirse de lleno en una experiencia auténtica. Además, el feedback recibido de los turistas ayuda a los prestadores a adaptarse continuamente a las expectativas cambiantes, mejorando iterativamente sus ofertas.

La sostenibilidad y el desarrollo de la parroquia dependen en buena medida de la interacción entre los turistas y los prestadores de servicios, quienes tienen la capacidad de incidir positivamente en la percepción de Salinas como un destino de elección. Una gestión eficiente y de calidad por parte de estos prestadores no solo aumenta el número de visitantes recurrentes, sino que también estimula la recomendación positiva a través de redes sociales y boca a boca, vital en la era digital.

Mediante las encuestas realizadas en los diferentes establecimientos se ha determinado plantear un programa de capacitación a las personas que laboran en las diferentes instituciones de la Parroquia Salinas de Tomabela ya que los diferentes temas que se van a tratar están acordes con el criterio de las personas las mismas que opinan que mediante la capacitación se mejorara el servicio y la atención a los turistas que frecuentan estos lugares turísticos.

Figura 13:

Metas y Estrategias de Capacitación



Nota: *Elaborado por* Patricio Pungaña (2024)

Tabla 13:
Diseño del Programa de Capacitación

Programa de Capacitación para los prestadores de servicios Turísticos de la Parroquia Salinas de Tomabela					
Objetivo	Responsable	Función	Actividades	Recursos	Tiempo de Duración
Capacitar a los prestadores de servicios turísticos.	Patricio Pungaña	Diseñar un programa de Capacitación	<p>Detectar las necesidades de capacitación.</p> <p>Recopilar información sobre temas necesarios.</p> <p>Analizar la propuesta del programa.</p> <p>Ejecutar el programa de capacitación.</p> <p>Evaluar los resultados obtenidos</p>	<p>Materiales: Hojas de papel bon Esferos gráficos</p> <p>Tecnológicos: Computadora Impresora</p>	40 horas

Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Tabla 14:*Temas para considerar en la capacitación*

Módulos de Capacitación	Participantes	Responsable	Horas	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Buenas prácticas manufactureras	Gerentes y dueños de las microempresas y emprendimientos.	Patricio Pungaña	10				
Buenas prácticas ambientales			10				
Atención al cliente			10				
Ingles técnico para turistas.			10				

Nota: Elaborado por Patricio Pungaña (2024)

Tabla 15:Desarrollo del Programa de Capacitación en el área de *Buenas prácticas manufactureras*

Módulo 1	Objetivo	Temas	Participantes	Responsable	Lugar	horas
Buenas prácticas manufactureras	Garantizar la producción de alimentos seguros de alta calidad y conforme con las normativas sanitarias vigentes.	*Introducción a las buenas prácticas manufactureras. *Higiene personal y control de contaminantes. *Mantenimiento y limpieza de instalaciones y equipos. *Control de almacenamiento y manejo de materias primas. *Normativas de etiquetado y empaque.	Gerentes y dueños de microempresas, establecimientos de servicios turísticos.	Patricio Pungaña	Parroquia Salinas de Tomabela	10

Nota: *Elaborado por Patricio Pungaña (2024)*

Tabla 16:*Desarrollo del programa en el área de Buenas prácticas ambientales*

Modulo 2	Objetivos	Temas	Participantes	Responsable	Lugar	horas
Buenas prácticas ambientales	Fomentar la sostenibilidad, el uso eficiente de los recursos naturales y la reducción del impacto ambiental.	*Introducción a las buenas prácticas ambientales. *Gestión eficiente de los recursos. *Manejo adecuado de residuos. *Prácticas sostenibles en la producción. *Normativas ambientales aplicables.	Gerentes y dueños de microempresas, establecimientos de servicios turísticos.	Patricio Pungaña	Parroquia Salinas de Tomabela	10

Nota: *Elaborado por Patricio Pungaña (2024)*

Tabla 17:*Desarrollo de la capacitación en el área de Atención al Cliente*

Módulo 3	Objetivos	Temas	Participantes	Responsable	Lugar	horas
Atención al cliente	Mejorar el trato a los clientes en los diferentes establecimiento y lugares.	<ul style="list-style-type: none"> * Definición de clientes. * Conocer a los clientes. * Definición de servicio. * Características de servicio. * Habilidad para escuchar y atender a los clientes. * Trato al cliente. 	Gerentes y dueños de microempresas, establecimientos de servicios turísticos.	Patricio Pungaña	Parroquia Salinas de Tomabela	10

Nota: *Elaborado por Patricio Pungaña (2024)*

Tabla 18:

Desarrollo del programa de capacitación en el área de Inglés Técnico para turistas

Módulo 4	Objetivos	Temas	Participantes	Responsable	Lugar	horas
Inglés técnico para turistas.	Fortalecer las competencias lingüísticas en inglés técnico promoviendo una comunicación efectiva con los turistas extranjeros, y mejorando la calidad del servicio ofrecido.	<ul style="list-style-type: none"> * Importancia del inglés en el sector turístico. * Como manejar mal entendidos y barreras idiomáticas. * Expresiones adecuadas y etiquetas culturales al tratar con turistas extranjeros. * Aplicaciones y diccionarios para mejorar el inglés técnico. * Recursos gratuitos y estrategias para continuar aprendiendo después de la capacitación. 	Gerentes y dueños de microempresas, establecimientos de servicios turísticos.	Patricio Pungaña	Parroquia Salinas de Tomabela	10

Nota: *Elaborado por Patricio Pungaña (2024)*

Tabla 19:
Evaluación de capacitación

Estrategia	Objetivo	Indicadores	Responsable	Tiempo	Cumplimiento	Costo Total
Planificar una capacitación con temas concretos y necesarios para mejorar la atención al cliente por parte de los prestadores de servicios turísticos.	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos.	Evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y facilitar la toma de decisiones, asegurando una mejora continua y un impacto positivo en la las empresas.	Patricio Pungaña	Todo el tiempo	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	\$ 250

Nota: *Elaborado por Patricio Pungaña (2024)*

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Objetivo: Medir la satisfacción de la capacitación recibida por parte de los prestadores de servicios turísticos en la Parroquia Salinas.

1) ¿Como califica la capacitación recibida?

Buena Regular Mala.....

2) ¿El horario de la capacitación fue respetado y adecuado?

Si..... No.....

3) ¿La capacitación recibida cumplió con todas sus expectativas?

Mucho..... Poco..... Nada.....

4) ¿El capacitador domino satisfactoria el tema?

Si..... No.....

5) ¿Los contenidos recibidos durante la capacitación fueron actualizados, coherentes y pertinentes?

Si..... No.....

Síntesis del capítulo

El capítulo concluye resaltando la importancia de llevar a cabo la propuesta de diseñar un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos con temas específicos de vital importancia, su viabilidad y el impacto que podría generar en el área de estudio en la Parroquia Salinas de Tomabela.

CONCLUSIONES

La falta de capacitación representa un obstáculo crítico para el desarrollo turístico de la Parroquia de Salinas de Tomabela, sin embargo, al abordar esta necesidad a través de iniciativas de formación es posible transformar esta debilidad en una oportunidad para mejorar la calidad de los servicios, fortalecer la identidad local y garantizar un desarrollo turístico sostenible y competitivo

La identificación de áreas específicas de deficiencia en conocimientos y habilidades entre los prestadores de servicios turísticos permite delimitar con precisión los aspectos críticos que deben ser abordados mediante una capacitación, esto destaca las carencias en temas como atención al cliente, entre otros, abordar estas deficiencias a través de programas de formación específicas contribuirá al fortalecimiento del turismo local, optimizando la experiencia de los visitantes y promoviendo un desarrollo sostenible en la Parroquia Salinas de Tomabela.

El desarrollo de módulos de capacitación con temas detalladas permite abordar de manera efectiva las áreas de mejora identificadas en el turismo y las microempresas, estos módulos ofrece un enfoque estructurado y específico, proporcionando herramientas para fortalecer competencias clave, esta iniciativa no solo mejorara la calidad de los servicios, sino que también impulsará el crecimiento económico y la sostenibilidad de las microempresas, contribuyendo al posicionamiento de la parroquia Salinas de Tomabela como un destino competitivo y atractivo para los visitantes.

RECOMENDACIONES

Es crucial implementar programas de capacitación continuos y adaptados a las necesidades específicas de los prestadores de servicios turísticos en la Parroquia Salinas de Tomabela, se recomienda crear alianzas estratégicas con instituciones educativas, organizaciones gubernamentales y expertos en turismo para desarrollar cursos prácticos que aborden áreas clave, además se debe fomentar la participación activa de los actores locales en el proceso de capacitación para asegurar que las iniciativas estén alineadas con las particularidades culturales y los recursos disponibles en la parroquia.

Se recomienda desarrollar y ejecutar programas de capacitación específicos que aborden las deficiencias identificadas, estos programas deben ser diseñados de manera practica y adaptada a las necesidades locales incorporando módulos sobre habilidades interpersonales, comunicación efectiva, manejo de quejas y sensibilización sobre la importancia de un servicio de calidad, además se sugiere realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de la capacitación y garantizar que los prestadores de servicios continúen mejorando sus competencias.

Se recomienda implementar un programa integral de capacitación que contemple la creación de módulos detallados y enfocados en las diferentes áreas identificadas en el turismo y las microempresas. Estos módulos deben ser diseñados de forma participativa, asegurando que aborden las necesidades específicas de la comunidad y el sector, además es fundamental ofrecer formación continua y evaluaciones periódicas para garantizar la efectividad y el seguimiento del aprendizaje, de esta forma se fortalecerán las competencias de los prestadores de servicios turísticos y microempresarios mejorando la calidad de los servicios ofrecidos y fomentando un crecimiento económico sostenible.

REFERENCIAS

- Alfonso, S. (2004). *El turismo sostenible en México*. Turismo y Sociedad.
- Alfonso, S. (2004). *El turismo sostenible en México*. Turismo y Sociedad.
- ÁLVAREZ, A. A. (2022). *Universidad del AZuay*. Recuperado de Universidad del AZuay: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/689/1/85.-ALAVA%20ALAREZ%20AMNABELLI.pdf>
- Bernan, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración y economía*. Pearson Educación.
- Bolívar, P. d. (2023). *Bolivar al Día*. Recuperado de Bolivar al Día: <https://bolivar.gob.ec/historia/>
- Chamorro, P. (2015). *repositorio.uta*. Recuperado de repositorio.uta: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24337/1/Tesis%20Pablo%20C..pdf>
- Chiavenato. (2009). *Gestión de Talento Humano*. McGraw-Hill.
- Clarke, M. y. (2001). *Marketing en Viajes y Turismo*. Butterworth-Heinemann.
- Corbet, J. (2008). *Participación Local en el Turismo*. Journal of Sustainable Tourism.
- CTC. (02 de Febrero de 2024). Capacitaciones a Prestadores de Servicios en Salinas de Tomabela. (P. Pungaña, Entrevistador)
- Dessler, G. (2016). *Recursos Humanos "Administración de personal"*. Pearson Educación.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper and Row.
- Fernando, E. R. (2022). *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34521/1/Tesis%20Esp%20C3%ADn%20Riofrio%20Fernando.pdf>
- Gudynas, E. (2003). *Turismo Comunitario en América Latina*. Ecología Política.
- GUILLERMO, C. (2002). *Estrategias para el desarrollo del turismo rural*. Estrategias para el desarrollo del turismo rural.
- Hernández, F. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development*. Island Press.

- Humphreys, H. y. (2012). *Las Empresas de Turismo*. Pearson Education.
- Judge, R. y. (2013). *Comportamiento Organizacional*. Pearson Educación.
- Kotler, B. y. (2010). *Marketing para Turismo y Hotelería*. Pearson Education.
- Lévi-Strauss, C. (1963). *Turismo*. Structural Anthropology. Recuperado el 03 de agosto de 2024
- Mansfeld, Y. (1992). *From political to economic tourism*. Tourism Management, 13(4), 260-269. Recuperado el 03 de agosto de 2024, de [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(92\)90063-S](https://doi.org/10.1016/0261-5177(92)90063-S)
- Mata Mera, O. R. (2014). *Los proyectos solidarios de Salinas de Guaranda y su aporte para la construcción de “otra economía”*. Recuperado el 2024, de https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/898/browse?type=subject&sort_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&value=SALINAS+DE+TOMABELAS+%28SALINAS+DE+GUARANDA%29&starts_with=B
- Mintur. (2019). *El nuevo Ecuador*. Recuperado el 23 de Enero de 2024, de El nuevo Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/mashalingo-competencia-que-resalta-las-bondades-turisticas-de-salinas-de-guaranda/>
- MINTUR. (2020). *Plan de Desarrollo del Turismo de Ecuador*.
- Mintur. (2023). *Ecuador*. Recuperado de Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/capacitacion/>
- Palafox-Muñoz, A. (2005). *Turismo: Teoría y Praxis*. México.
- Parrales Pacheco, E. S. (2019). *Turismo Comunitario y Desarrollo Socioeconómico: Propuesta Metodológica para el desarrollo turístico de la comunidad Salinas de Tomabela, ciudad Guaranda, 2019*. Recuperado el 2024, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19782>
- RAMÓN, N. J. (2013). *PLAN DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS*. Ambato.
- Ramos Pungaña, A. P. (2016). *Plan de marketing turístico para la parroquia Salinas de Tomabela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Ramos, A. (2018). *Epoch.edu*. Recuperado de Epoch.edu: <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/10568/1/23T0528.pdf>

- Ritchie. (1999). *Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. Recuperado el 03 de agosto de 2024, de https://www.researchgate.net/publication/250993054_Modelos_de_competitividad_para_destinos_turisticos_en_el_marco_de_la_sostenibilidad
- RODRÍGUEZ Joaquín, (. (2007). *Innovación y tecnología en el turismo contemporáneo*. Universitaria.
- Sánchez, I. I. (2024). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*. Recuperado de UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/40273/1/Tesis%20Ivan%20Iturralde%20S%C3%A1nchez.pdf>
- Schumpeter, J. (2012). *La teoría en el desarrollo de la Economía* . Harvard University Press.
- Shepherd, H. P. (2010). *Emprendimiento*. McGraw-Hill.
- Universidad de Guayaquil. (2013). Recuperado el 26 de Enero de 2024, de Universidad de Guayaquil: <https://repositorio.ug.edu.ec/500>

APÉNDICE

ÁRBOL DE PROBLEMAS

CAUSAS →	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	← CONSECUENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de capacitación • Desinterés de los propietarios de las microempresas en la capacitación a los empleados • Desconocimiento sobre atención y servicio al cliente • Insuficientes acuerdos con entidades públicas y privadas con el proceso de capacitación 	<p style="text-align: center;">AUSENCIA DE CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de adaptabilidad a cambios • Baja productividad • Pérdida de clientes • Limitada variedad de programas de formación
<p style="text-align: center;">INDICADORES ↑</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de microempresas del sector • Números de prestadores de servicios • Número de turistas que visitan • Número de programas disponibles 		

ANEXOS

Figura 14:*Croquis de lugares con potencial turístico de la Parroquia Salinas*

Nota: Tomado de Centro Turístico Comunitario de Salinas

Figura 15: *Hospedaje***Figura 16:** *Alimentación*

Nota: Centro Turístico Comunitario Salinas (2024)

Figura 17: *Encuestas***Figura 18:** *Encuestas*

Fuente: Cámara Patricio Pungaña (2024)

Fotografía 19: *Salinas de Tomabela***Fotografía 20:** *Productos Salinerito*

Nota: Centro Turístico Comunitario Salinas (2024)

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

FORMATO PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN (ENCUESTA)

Objetivo del instrumento: Recolectar información relevante sobre las características, necesidades formativas y competencias de los prestadores de servicios turísticos, con el fin de realizar un análisis académico que permita diseñar propuestas de capacitación orientadas al fortalecimiento del sector turístico local.

Revisión

PARÁMETROS DE EVALUACIÓN	OBSERVACIONES: COLOCAR SI O NO Y EL ARGUMENTO DE SU REVISIÓN
¿El instrumento cuenta con encabezado institucional?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El instrumento tiene escrito el objetivo que persigue?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El instrumento tiene las instrucciones claras para su aplicación?	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Argumento: En la encuesta a aplicar deberá colocar las instrucciones para dar respuesta a cada pregunta
¿El formato de preguntas es correcto en su orden y numeración?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿Las preguntas están formuladas con lenguaje sencillo y entendible?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿Las preguntas formuladas son?	Comprensibles <input checked="" type="checkbox"/> Cuasi comprensibles <input type="checkbox"/> Confusas <input type="checkbox"/> Incomprensibles <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El tipo de preguntas (cerradas, abiertas o mixtas) permitirán que las respuestas respondan al tema propuesto?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El número de preguntas planteadas son suficientes para obtener información que denote las estadísticas?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:

¿El tiempo establecido para la aplicación del instrumento es suficiente para su complejidad?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El público seleccionado es adecuado para el instrumento que se pretende aplicar?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El instrumento está listo para ser aplicado?	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Argumento: Después de realizar los cambios sugeridos se puede aplicar.
Señale los aspectos positivos del instrumento	Es una entrevista que aportará con información previo al inicio de la propuesta
En caso de ser necesario, por favor emita sus recomendaciones para mejorar el instrumento.	

Docente revisor

Lic. Mayra Espinosa V.



Patricio Pungaña

PIG FINAL SR. PUNGAÑA.docx

 Instituto Superior Tecnológico Internacional

Detalles del documento

Identificador de la entrega
tm:old::11830:419841205

Fecha de entrega
8 ene 2025, 4:44 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
8 ene 2025, 4:48 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
PIG FINAL SR. PUNGAÑA.docx

Tamaño de archivo
1.1 MB

81 Páginas

13,879 Palabras

80,979 Caracteres

1% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- » Bibliografía
- » Texto mencionado
- » Coincidencias menores (menos de 20 palabras)
- » Base de datos de Crossref
- » Base de datos de contenido publicado de Crossref

Exclusiones


- » N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 1%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**
104 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Fuentes principales

1%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
0%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	
repositorio.uta.edu.ec		0%
2	Internet	
es.slideshare.net		0%
3	Internet	
repositorio.unica.edu.pe		0%
4	Internet	
repositorio.upao.edu.pe		0%
5	Internet	
www.slideshare.net		0%

