



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

“DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL, PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO DE LAS COMUNIDADES DE LAGUNAS Y OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”

Tesis Previa a la Obtención del Título de Ingenieros en Administración Turística.

Autores:

- **José Mauricio Cartuche Sarango**
- **Milquer Yerovi Saritama Carrión**

Directora: Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene.

LOJA-ECUADOR

2013

INFORME DE DIRECTORA DE TESIS

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene

DIRECTORA DE TESIS

INFORMA:

Que ha dirigido, orientado y corregido el trabajo de tesis denominado **“DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL, PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO DE LAS COMUNIDADES DE LAGUNAS Y OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”**, que ha sido desarrollado por los aspirantes José Mauricio Cartuche, y Milquer Yerovi Saritama, trabajo que cumple con los requerimientos para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo la respectiva presentación para la calificación y sustentación respectiva.

Loja 18 de febrero de 2013


Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene.

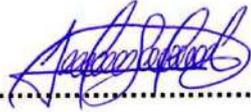
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA.

Nosotros, **José Mauricio Cartuche Sarango, Milquer Yerovi Saritama Carrión**, declaramos ser autores del presente trabajo de tesis y eximamos a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de esta misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de nuestra tesis en el Repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

Autores: José Mauricio Cartuche Sarango Milquer Yerovi Saritama Carrión

Firmas:  

Cédula: 1104695745 1104371966

Fecha: Loja Mayo de 2013

DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis la dedicamos primeramente a Dios quien nos ayudó en el desarrollo de la presente tesis, brindándonos salud y las fuerzas necesarias para seguir luchando en el camino, de igual manera le dedicamos a nuestros padres por su apoyo incondicional que nos brindaron y ayudaron a la culminación de la misma y finalmente se la dedicamos a todas las personas especiales en nuestras vidas ya que gracias a ellas estamos presentes día a día luchando junto con su energía fuerza y amor.

Los Autores

AGRADECIMIENTO

Al concluir el presente trabajo de tesis dejamos constancia de nuestros más sinceros agradecimientos primeramente a la Universidad Nacional de Loja por abrirnos todas las puertas que fueron necesarias para desarrollarnos como profesionales y cumplir con el desarrollo de nuestra tesis; a la Ing. Maruxi Loarte Tene por su amistad, y dirección en nuestro trabajo. A los docentes de la carrera de Administración Turística que a lo largo del camino que recorrimos nos impartieron sus conocimientos de formación, valores y guiaron por el camino de la verdad y el saber; de igual manera agradecemos a todas las personas especialmente a la Red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy que nos brindaron la información necesaria para cumplir nuestros objetivos.

LOS AUTORES

1. TITULO.

**“DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL,
PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE TURISMO
COMUNITARIO DE LAS COMUNIDADES DE LAGUNAS Y
OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE
LOJA”.**

2. RESUMEN

La presente tesis se constituye en un aporte de retribución a la sociedad, y de carácter específico contribuye al desarrollo del turismo local de Saraguro, y de una manera indirecta al ámbito provincial y nacional; mediante la estructuración del “Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del cantón Saraguro, Provincia de Loja”.

En base a que toda capacitación relacionada con la práctica de actividades turísticas se la justifica mediante los programas de capacitación establecidos por el Ministerio de Turismo en el Plandetur 2020, dentro de la capacitación y formación turística proyecto 7 profesionalización de gestores y personal técnico para el turismo comunitario, mismo que por tratarse de una modalidad diferente vivencial, y entrar en contacto más cercano con el turista, requiere contar con suficiente personal capacitado para la gestión y operación de las actividades turísticas.

A través del diseño de un plan de capacitación, en el mismo que se aborda temáticas acorde a las necesidades de capacitación requeridas. Considerando de tal manera la capacitación como una valiosa herramienta que coadyuva a desenvolver de una manera eficiente y eficaz durante la prestación de servicios. De acuerdo al análisis y a los resultados obtenidos se determinó la elaboración de los manuales de capacitación, mismos que abarcan las siguientes áreas: Atención al cliente, hospitalidad, relaciones humanas, orientadas a prestar un buen servicio y de calidad a los turistas, seguridad alimentaria, y manipulación de alimentos, considerada el área más importante para evitar alteraciones en la cadena de alimentación; guianza turística e inglés turístico para reforzar conocimiento, actitudes y destrezas encaminadas a la buena conducción de grupos de turistas; y el desarrollo interpersonal para generar nuevas iniciativas y emprendimientos con actitudes positivas.

Como objetivo general se planteó: Establecer un diseño de un Plan de Capacitación Operacional para los prestadores de servicios de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac; además se trabajó con los siguientes objetivos específicos: primer objetivo; realizar el diagnóstico de la situación actual de los prestadores de servicio de turismo comunitario, para identificar los requerimientos de capacitación existentes; segundo objetivo específico, estructurar un manual de capacitación periódica enfocada al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación, para mejorar la calidad en la prestación de servicios; y finalmente el tercer objetivo, socializar el proyecto con los actores involucrados en este tema.

Para poder cumplir con el desarrollo de la presente tesis puesta a su disposición se utilizó una metodología acorde a los requerimientos de este tema de estudio: entrevistas, encuestas, recopilaciones bibliográficas, y trabajo de campo con la visita a las comunidades, con el fin sustentar las deficiencias en las que es necesario capacitar; desarrollando con ello programas de capacitación para que el personal, adquiera los conocimientos, habilidades y/o actitudes necesarias para mejorar su desempeño.

Las conclusiones generadas en forma de resumen, y recomendaciones que se considera se realizaron como una experiencia a lo largo del trayecto de la presente tesis logrando con ello dirigirlas a personas e instituciones específicas involucradas en la misma; enunciando, durante los últimos cuatro años las comunidades en estudio no se han establecido planes de capacitación, debido a causas de tiempo se dedican a otras actividades de agricultura y ganadería, siendo el Turismo Comunitario como una actividad complementaria a sus ingresos económicos; y con ello el proyecto de tesis cuyo tema es el Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del cantón Saraguro, Provincia de Loja” es aceptado por los directivos de la Red de Turismo Comunitario de Saraguro, ya que se convierte en una oportunidad para contrarrestar falencias en la prestación de los servicios.

SUMMARY

This thesis constitute in a support of retribution to the societ, and the specific character constitutes to the development of local tourism of Saraguro, and in an indirect way to the scope provincial and national; through structuring "Design of an operational training plan, for the providers of service for Community Tourism of the Lagunas and Oñacapac communities of Saraguro Canton, Province of Loja"

Based on all training related to the practice of tourism activities if is justified by the training programs established by the Ministry of Tourism in the Plandetur 2020, into the training and the touristic formation project 7 professionalization of managers and technical staff for community tourism, same as for being of a different vivential modality, and be in contact with a nearest tourist, require having enough trained personnel to the management and operation of tourism activities.

Through the design of a training plan, in the same that is saying thematics according to the necessities of training required. Considering in that way as a valuable training tool that helps to develop in a way during the presentation of services.

According to the analysis and the results it was determined the elaboration of training manuals, which traverse the following areas: Customer services, hospitality, human relations, aimed to provide a good and quality to the tourists, food safety, and food handling, considered the most important area to avoid disruption in the supply chain of food; tourist guidance and English tourist resort for reinforce knowledge, attitudes and skills aimed at good conduct of tour groups, and interpersonal development to generate new initiatives and ventures with positive attitudes.

With is bringed general objective: To establish a design of an Operational Training Plan to the providers of service of Community Tourism of Lagunas and Oñacapac communities; also worked with the follows specific objectives: first objective, to realize diagnostic of the present situation of providers of services of community tourism, the second specific objective, to identify the requirements existing to structure a manual periodic training focused on the development of human talent through the training and education, to improve quality in the delivery of services, and finally the third specific objective, socialize the project with the actors involved in this theme.

In order to fulfill the development of this thesis your disposition, it was used the methodology according to the requirements of this area of study: interviews, surveys and recompilation of bibliographic, fieldwork with a visit to the communities, with the purpose to support the deficiencies in the need for training, development with this programs of training in order for the staff acquire the knowledge, skills and / or needed attitudes to improve performance.

The conclusions generated in the abstract way, and the recommendations were that were consider, these were made as an experience along, to the project of this thesis thus achieving direct them to the specific people and

institutions involved in the same field; enunciating during the last four years in the communities of study, they have not been established training plans, due to causes that most of their time dedicated to other activities of Agriculture and Animal Husbandry, being the community tourism as a complementary activity for their income economic; and with it the thesis project of community tourism of Lagunas and Oñacpac communities, of Saraguro Canton, Province of Loja "is accepted by the directors of the Network of Community Tourism of Saraguro and it becomes in an opportunity in order to counteract the deficiencies in the lending services.

3. INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Ecuador las actividades turísticas se encuentran en pleno auge y por ello han surgido varias modalidades de turismo creando nuevos retos en los diferentes sectores, desarrollándose de una manera muy dinámica todas las actividades y la variada tipología de turistas ya que cada día son más exigentes al momento de adquirir un determinado servicio, además de los altos niveles de competitividad existentes en el mercado que exigen ofertar nuevos productos turísticos conjugados en el marco de la calidad y la excelencia, de tal manera para satisfacer ésta demanda, en este sentido las empresas, pueblos, comunidades, y destinos turísticos se ven obligados a optimizar y contrarrestar los niveles de exigencia con un talento humano capacitado y calificado.

Dentro de la variada tipología de turismo los clientes están optando por nuevas líneas de turismo, en especial si hablamos de una modalidad de turismo receptivo extranjero, mismos que al momento de realizar la adquisición de un determinado producto o servicio turístico se deciden por actividades turísticas alternativas, tal es el caso del turismo comunitario ya que se trata de una actividad vivencial, donde se da el intercambio de experiencia entre la comunidad receptora y los turistas.

La geografía, la naturaleza, pueblos y nacionalidades ecuatorianas se caracterizan por su impresionante diversidad de climas, paisajes, flora,

fauna, el ser humano y la sociedad que vive en medio de ellas donde han florecido un conjunto ricamente variado de culturas, lenguas, costumbres y cosmovisiones, siendo de ella una nación plurinacional y multiétnica que resulta así una amalgama de muchos componentes brindando una oportunidad para compartir talentos, destrezas y formas de vida únicas que no se encontrarán en otros destinos turísticos del mundo.

Para llevar a cabo toda esta actividad, es indiscutible la importancia que tiene la capacitación dentro de la cadena que surge desde el momento de que un turista emprende su viaje hasta el momento que retorna a su lugar de origen. Durante todo este trayecto se ven involucrados diferentes tipos de empresas y prestadores de servicios turísticos, que lo van a proveer al turista para satisfacer sus necesidades.

La presente tesis hace referencia al **“Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del cantón Saraguro, Provincia de Loja”** que se puede definir como uno de los principales canales de interacción entre los prestadores de servicios turísticos, en este caso las comunidades inmersas dentro de estas actividades y los visitantes.

Para el desarrollo de cualquier tipo de proyectos ya sean de carácter social, inversionista o comunitario se debe tomar en cuenta antecedentes previos

para llegar a delimitar un problema de la realidad social y con ello contribuir o generar alternativas de solución, tal es el caso el tema planteado surge teniendo en cuenta que el Turismo Comunitario es una alternativa económica propia de las comunidades campesinas indígenas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias, defender, revalorizar los recursos culturales y naturales locales, por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado, además de efectuar un diagnóstico o sondeo rural rápido de necesidades para conocer o delimitar el campo de estudio.

Luego del estudio de campo realizado se identificó la insuficiente calidad en la prestación de servicios debido a la carencia de capacitación, es por ello que el presente trabajo se enmarcó en la estructuración de un plan de capacitación periódica, enfocada al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación, para mejorar la calidad en la prestación de servicios.

Para el desarrollo del plan de capacitación se apoyó en una metodología acorde a los requerimientos del trabajo, y se tomó como técnicas de investigación: Entrevistas, encuestas, recopilaciones bibliográficas y trabajo de campo con la visita a las comunidades en estudio con el fin determinar en qué temáticas se necesita capacitación, quién la necesita y con qué

profundidad. Desarrollando con ello programas de capacitación para que el personal adquiriera los conocimientos, habilidades y/o actitudes necesarias para mejorar su desempeño.

La propuesta sugerida para el desarrollo del plan de capacitación comprende: horarios, días específicos, lugar de la capacitación, también el costo que generara la ejecución del plan, mismo que contiene o se ajusta a lineamientos del Ministerio de Turismo (MINTUR), con el cual se trabajó para su elaboración.

A demás el diseño de los manuales de capacitación mismos que constan de cinco cartillas donde se aborda diferentes temáticas cada una de ellas divididas en capítulos para su mejor asimilación de los contenidos las, temáticas abordadas: Atención al cliente, Hospitalidad, Relaciones Humanas, seguridad alimentaria, manipulación de alimentos, técnicas de guianza, inglés turístico, y desarrollo interpersonal.

Para desarrollar el trabajo de tesis se apoyó en los siguientes objetivos: general, establecer un diseño de un plan de capacitación operacional para los prestadores de servicios de turismo comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac; y objetivos específicos: primer objetivo, realizar el diagnóstico de la situación actual de los prestadores de servicio de turismo comunitario, para identificar los requerimientos de capacitación existentes;

segundo objetivo, estructurar un manual de capacitación periódica enfocada al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación, para mejorar la calidad en la prestación de servicios; y el tercer objetivo socializar el proyecto con los actores involucrados en este tema.

Los alcances obtenidos en el trabajo de tesis son: El haber llegado a un acuerdo entre los directivos de la Red de turismo comunitario de Saraguro y el MINTUR como actores involucrados en el mismo, llegando a acuerdos y compromisos mutuos para su ejecución; otro de los alcances logrados es la intermediación de las comunidades con el MINTUR para el financiamiento correspondiente a la capacitación; Y de una manera general se ha contribuido al cumplimiento de los programas y proyectos establecidos en el PLANDETUR 2020 propuesto por el Ministerio de Turismo.

Las limitaciones identificadas para la ejecución de este proyecto es el poco de apoyo de las comunidades por escaso tiempo con el que cuentan debido a que se dedican a otras actividades.

4. REVISIÓN DE LITERATURA.

4.1. Marco conceptual.

4.1.1. Actividad turística.

4.1.1.1. Turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

4.1.1.2. Turista.

Según la Organización Mundial del Turismo, se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino.

4.1.1.3. Atractivo turístico.

Según la Organización Mundial del Turismo, una atracción turística, o atractivo turístico es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza

natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.

4.1.1.4. Servicios turísticos.

Aquellos servicios que satisfacen las necesidades de los turistas. (Alejandro, GEOGRAFÍA TURÍSTICA DEL ECUADOR., 2006)

4.1.1.5. Recursos turísticos.

Son el conjunto de elementos naturales, culturales o sociales que forman parte de la oferta turística. (Santillán, 2011)

4.1.1.6. Recursos naturales.

Se agrupan en este rubro todos los elementos y fenómenos naturales, para el disfrute del turista, Dichos atractivos son: clima, ríos, lagos, costas, playas, cascadas, manantiales de aguas termales, cordilleras, montañas, nevados, volcanes, mesetas, valles, flora, fauna, pesca marina, pesca fluvial, lacustre, etc.

4.1.1.7. Recursos socio – culturales.

Son los atractivos que resultan de la inteligencia y del proceso cultural de hombre, a través del tiempo y del trabajo como: obras científicas, obras

tecnológicas, obras artísticas, arte popular, artesanías, folclor, museo, galerías de arte, etc. (Alejandro, GEOGRAFÍA FÍSICA, HUMANA Y ECONOMICA DEL ECUADOR, 1987)

4.1.1.8. Espacio turístico.

El espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución turística que no debemos olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más la planta turística es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país. (Boullón R. , 1995)

4.1.1.9. Diagnóstico turístico.

Es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. (Quijano Ricaurte V. , 2009)

4.1.1.10. Inventario turístico.

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta

turística del país, proporcionando información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico. (Turismo C. E., Inventario de Atractivos Turísticos del canton Cañar, 1993)

4.1.1.11. Itinerario turístico.

Es la secuencia de lugares a visitar durante los días que dura el programa de viaje. Incluye también las horas de salida y llegada desde o hacia los destinos elegidos. Se suele complementar la información con un circuito que ilustra gráficamente la distancia entre los atractivos.

4.1.1.12. Paquetes turísticos.

Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viajes de líneas aéreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. Jar Jafari 2002, lo define como: "Formato de viaje con todo incluido, organizado por intermediarios". Conjunto de bienes y servicios, que se comercializan como un solo producto o marca y por ende con un precio unitario para todo el paquete. Se puede definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo. (Corptur, 2010)

4.1.1.13. Infraestructura turística.

Es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras y caminos), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano. (Flandes Virginia, 2001)

4.1.1.14. Facilitación turística (Plandetur 2020)..

Proyectos del programa.

Proyecto 7.

Profesionalización de gestores y personal técnico para el turismo

Comunitario.

Meta.

Contar con suficiente personal capacitado para la gestión y operación del turismo comunitario en el 50% de los CTC para el 2012, el 75% para el 2015 y el 100% en el 2020. (Ministerio de Turismo. PLANDETUR 2020. Quito, 2007)

4.1.2. PLANES DE CAPACITACIÓN.

4.1.3. Capacitación.

4.1.3.1. Tipos de necesidades de capacitación.

Se ha identificado algunas manifiestas o evidentes (organizacionales), encubiertas (ocupacionales), según la situación laboral, según el cumplimiento del plazo, según el ámbito que incluyen.

4.1.3.2. Beneficios de capacitación.

Al momento de ejecutar una capacitación se logra mejorar el conocimiento del puesto a todos los niveles, eleva la moral de la fuerza de trabajo, mejora la relación jefes-subordinados, es un poderoso auxiliar para la conversión y adopción de políticas, se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas, contribuye a la formación de líderes y dirigentes, incrementa la productividad y la calidad del trabajo, elimina los costos de recurrir a consultas externas, ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas, alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo, forja líderes, sube el nivel de satisfacción con el puesto, elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual, mejora la comunicación entre grupos y entre individuos, ayuda a la orientación de nuevos empleados, hace

viable las políticas de la organización, y convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

4.1.3.3. Objetivos de capacitación.

Productividad: Las actividades de capacitación de desarrollo no solo deberían aplicarse a los empleados nuevos sino también a los trabajadores con experiencia. La instrucción puede ayudarle a los empleados a incrementar su rendimiento y desempeño en sus asignaciones laborales actuales.

Calidad: los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados también contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos y cuando tienen los conocimientos y habilidades laborales necesarios son menos propensas a cometer errores costosos en el trabajo.

Planeación de los Recursos Humanos: la capacitación y desarrollo del empleado puede ayudar a la compañía y a sus necesidades futuras de personal.

Prestaciones indirectas: Muchos trabajadores, especialmente los gerentes consideran que las oportunidades educativas son parte del paquete total de

remuneraciones del empleado. Esperan que la compañía pague los programas que aumenten los conocimientos y habilidades necesarias.

Salud y Seguridad: La salud mental y la seguridad física de un empleado suelen estar directamente relacionados con los esfuerzos de capacitación y desarrollo de una organización. La capacitación adecuada puede ayudar a prevenir accidentes industriales, mientras que en un ambiente laboral seguro puede conducir actividades más estables por parte del empleado.

Prevención de la Obsolescencia: Los esfuerzos continuos de capacitación del empleado son necesarios para mantener actualizados a los trabajadores de los avances actuales en sus campos laborales respectivos.

La Obsolescencia del empleado puede definirse como la discrepancia existente entre la destreza de un trabajador y la exigencia de su trabajo.

La Obsolescencia puede controlarse mediante una atención constante al pronóstico de las necesidades recursos humanos, el control de cambios tecnológicos y la adaptación de los individuos a las oportunidades así como los peligros del cambio tecnológico.

Desarrollo Personal: No todos de los beneficios de capacitación se reflejan en esta misma. En el ámbito personal los empleados también se benefician de los programas de desarrollo administrativos, les dan a los participantes una gama más amplia de conocimientos, una mayor sensación de competencia y un sentido de conciencia, un repertorio más grande de habilidades y otras consideraciones, son indicativas del mayor desarrollo personal.

4.1.3.4. Métodos o técnicas de aprendizaje.

Relación experto aprendiz: Se observan niveles de participación muy altos y transferencia al trabajo, con ventajas en la retroalimentación inmediata.

Conferencias, videos, y películas, audiovisuales y similares.- Tienden a depender más de la comunicación y menos de la imitación y la participación activa. Las conferencias permiten economía de tiempo, así como de recursos, los otros métodos pueden requieren de participación más amplios y presupuestos más elevados.

Los bajos niveles de participación, retroalimentación, transferencia y repetición que estas técnicas muestran pueden mejorar cuando se organizan mesas redondas y sesiones de discusión al terminar la exposición.

Existe un método de capacitación, que da la posibilidad de retroalimentación instantánea y de repetición indefinida resulta diferente de las otras: las simulaciones por computadora, generalmente en forma de juegos. Se utiliza para capacitar a gerentes en la toma de decisiones.

Simulación de condiciones reales: Para evitar que la instrucción interfiera en las operaciones normales de la organización, algunas empresas utilizan instalaciones que simulan las condiciones de operación real (compañías aéreas, bancos y grandes instalaciones hoteleras). Esta técnica permite transferencia, repetición y participación notable, así como la organización significativa de materiales y retroalimentación.

Actuación o socio grama: Obliga al capacitado a desempeñar diversas identidades.

Es muy común que cada participante tienda a exagerar la conducta del otro. Uno de los frutos que suelen obtenerse, es que cada participante consigue verse en la forma en que lo perciben los compañeros de trabajo. Esta experiencia puede crear mejores vínculos de amistad, así como tolerancia de las diferencias individuales. Se utiliza para el cambio de actitudes y el desarrollo de mejores relaciones humanas. Participan activamente todos los capacitados y obtiene retroalimentación de la más alta calidad.

Estudio de casos: Mediante el estudio de una situación específica o simulada la persona en capacitación aprende sobre las acciones que es deseable emprender en situaciones análogas. Para ello, cuenta con las sugerencias de otras personas, así como las propias. Además de aprender gracias al caso que se estudia, la persona puede desarrollar habilidades de toma de decisiones. Cuando los casos están bien seleccionados, poseen relevancia y semejanza con las circunstancias diarias, también hay cierre de transferencia. Existe también la ventaja de la participación mediante la discusión del caso. No es frecuente encontrar elementos de retroalimentación y de repetición.

Lectura, estudios individuales, introducción programada: Los materiales de instrucción para el aprendizaje individual resultan de gran utilidad en circunstancias de dispersión geográfica o de gran dificultad para reunir a un grupo de asistentes a un programa de capacitación.

Se emplean en casos en que el aprendizaje requiere poca integración (cursos basados en lecturas, grabaciones, fascículos de instrucción programada y ciertos programas de computadora).

Los fascículos de instrucción programada consisten en folletos con una serie de preguntas y respuestas.

Ciertos programas de computadora pueden sustituir a los fascículos de instrucción programada. Partiendo de planteamientos teóricos muy similares, permiten avanzar en determinado tema al ritmo que se desee.

Los materiales programados proporcionan elementos de participación, repetición, relevancia y retroalimentación. La transferencia tiende a ser baja.

Capacitación en laboratorio (sensibilización): Constituye una modalidad de la capacitación en grupo. Se emplea para desarrollar las habilidades interpersonales. Se puede utilizar también para el desarrollo de conocimientos, habilidades y conductas adecuadas para futuras responsabilidades laborales. Los participantes se postulan como objetivo en mejoramientos de sus habilidades en relaciones humanas mediante la comprensión de sí mismos y de las otras personas. Esta técnica propone compartir experiencias y analizar sentimientos, conductas, percepciones y reacciones que provocan esas experiencias. Por lo general utiliza a un profesional de la psicología como moderador de estas sesiones. Se basa en la participación, la retroalimentación y la repetición.

Instrucción directa sobre el puesto: Se imparte durante las horas de trabajo. Se emplea básicamente para asignar a obreros y empleados a desempeñar

un puesto actual. La instrucción es impartida por un capacitador, supervisor o compañero de trabajo. En la mayoría de los casos el interés del capacitador se centra en obtener un determinado producto y en una buena técnica de capacitación.

Asesoramiento personal: Un enfoque de desarrollo gerencial en el puesto en el que se le da al gerente una oportunidad para enseñar sobre una base de uno a uno de los miembros de la organización con más experiencia.

Mentoría: Es un enfoque de desarrollo gerencial en el puesto, en el que se concede la oportunidad al capacitando de aprender sobre una base de uno a uno de los miembros de la organización con más experiencia.

Modelo de conducta: Se vale de demostraciones vivas a de videocintas para ilustrar las actividades interpersonales efectivas y la forma en que funcionan los gerentes en diversas situaciones.

4.1.3.5. Recursos para la capacitación.

Dentro de un plan de capacitación se ha identificado Infraestructura física como local y mobiliario apropiados, infraestructura técnica equipos de apoyo para las actividades de capacitación retroproyector, pizarras, papelógrafos, videocasetera, equipo de apoyo para las actividades de comunicación/difusión, equipo humano capacitadores y facilitadores formados y capaces de emprender el proceso de acuerdo a los enunciados

pedagógicos, metodológicos, estratégicos y políticos del plan, participantes y organizaciones abiertos e interesados en la ejecución del plan, sustento político: instituciones, organizaciones y bases comprometidas con la ejecución del plan.

4.1.3.6. ¿Qué es un plan de capacitación?

Un plan de capacitación es la traducción de las expectativas y necesidades de una organización para y en determinado periodo de tiempo. Éste corresponde a las expectativas que se quieren satisfacer, efectivamente, en un determinado plazo, por lo cual está vinculado al recurso humano, al recurso físico o material disponible, y a las disponibilidades de la empresa. (www.monografias.com/trabajos82/elaboracion-plan-capacitacion/elaboracion-plan-capacitacion.shtml)

4.1.3.7. ¿Qué es el turismo comunitario?

Se trata de un concepto totalmente diferente y novedoso de hacer turismo desde un punto de vista intercultural. Familias indígenas comparten sus viviendas con los turistas o visitantes y permiten conocer a fondo sus costumbres, su forma de vida, sus conocimientos.

(<http://www.turismosaraguro.com/contenido.aspx?sid=56>)

4.2. MARCO REFERENCIAL.

4.2.1. Aspectos generales del área de estudio.

4.2.1.1. Datos generales del cantón Saraguro.

Su capital, es Saraguro; sus límites es al Norte: Provincia del Azuay, al **Sur:** Loja, al **Este:** Provincia de Zamora Chinchipe y al **Oeste:** Provincia del Oro. Saraguro está ubicado al norte, en la hoya del río Jubones, en las faldas del cerro Puglla a 64 kilómetros de Loja; Posee 10 parroquias que son: Saraguro, Tenta, Celen, Selva Alegre, Lluzhapa, Manú, Urdaneta, Yúlug, Cumbe y Tablón; su extensión es de 1080km²; según el último censo del año 2010 cuenta con 35.000 hab.; su altitud es de 2500 metros con una temperatura promedio de 17°C.

(<http://www.turismosaraguro.com/home.aspx>)

4.2.1.2. Reseña histórica de Saraguro.

4.2.1.3. Origen del nombre.

Es uno de los cantones más antiguos de la provincia de Loja, El nombre Saraguro proviene de Sara = maíz Guro = Olla se lo conoce como el lugar del maíz o la “tierra del maíz” que es una gramínea que se cultiva en gran escala sin técnica, sin tractores, solo con la ayuda de bueyes y un arado rudimentario.

4.2.1.4. Historia.

Sus habitantes son descendientes de los mitimaes traídos por el inca Huaynacápac desde el Cuzco, Perú, y/o el lago Titicaca o Cochabamba, Bolivia, para dominar a los bravos Cañaris del Azuay que se resistían a la conquista. Mantienen sus tradiciones y costumbres, como la vestimenta en blanco y negro (predominantes).

4.2.1.5. Gastronomía de Saraguro.

Dentro de la gastronomía de Saraguro tenemos: Sopa de Chuchuga, Sopa de Quinoa, Caldo y Estofado de gallina Criolla, Cuy asado con papas, Mote pelado, Tortillas de Maíz (Walus), tamales, humitas, Queso, quesillo, Chicha de Jora, Wajanku¹ y el más importante El Pizhi; cabe recalcar que su gastronomía siempre va depender de la ocasión y las festividades que se estén realizando.

4.2.1.6. Fiestas Cívicas y Religiosas.

Cada fiesta tiene sus personajes, los bailes, disfraces, juegos pirotécnicos, bebida y comida. El Pawkar Raymi² q se celebra en el mes de Marzo en la comunidad de Gunudel, El Inti Raymi, se celebra en el mes de Junio en la comunidad de Lagunas; Kolla Raymi, se celebra en el mes de Septiembre

¹ Bebida tradicional de los Saraguros a base de agave.

² El Pawkar Raymi es la fiesta del florecimiento y agradecimiento profundo a la Pacha Mama.

actualmente la FIIS está encargado de organizar y celebrar estas fiestas; y El Kápak Raymi, se celebra en el mes de diciembre en la comunidad de Ilincho. En estas festividades se realizan: ritos, ceremonias (de limpieza, agradecimiento, purificación, invocación, etc), artesanías, pintura, comida típica, música, danza; así mismo las festividades de Cantonización: 10 de Junio, e Independencia de Saraguro: 10 de Marzo, éstas son las fiestas que más sobresalen y tiene acogida de los turistas en el cantón Saraguro. (<http://www.turismosaraguro.com/Contenido.aspx?sid=99>)

4.2.1.7. Servicios turísticos.

En la Parroquia de Saraguro el turista puede escoger 4 establecimientos hoteleros entre ellos tenemos: Hostal Achik Wasi, Hostal Samana Wasi, Hostal San Pedro y Hostal Sara Allpa; cabe recalcar también que dentro de las comunidades también existen alojamientos comunitarios, dotados de todos los servicios básicos.

4.2.2. Datos generales del área de estudio.

4.2.2.1. Datos generales de la comunidad de Lagunas.

UBICACIÓN: La comunidad indígena de Lagunas, ubicado al Sur de Saraguro con una distancia de 3km desde el centro, los habitantes viven de la agricultura, ganadería, artesanías, sector de servicios y del turismo comunitario.

Las Lagunas es la sede central de la fiesta del Inti Raymi (21 de junio), afianzando en el ciclo vital (Kawsay), que rige el desarrollo del ser humano. Así la concepción, el nacimiento, el crecimiento, la madurez y la muerte son los rectores del ciclo vital.

Se pueden realizar caminatas a terrazas agrícolas y pucaras donde se realizan rituales y visitas a talleres artesanales textiles, Lagunas pertenece a la Provincia de Loja, Cantón y Parroquia Saraguro. Por el norte limita con la Comunidad de San Vicente, al sur con la cordillera de Akakana, al este con la Comunidad de Ilincho, y al oeste con el río Sininkapak.

4.2.2.1.1. Fiestas y tradiciones.

4.2.2.1.1.1. Inti Raymi, fiesta de la cosecha material y espiritual.

El Inti Raymi es una celebración milenaria. Su recordación, en Saraguro, se la retomó en la década de los 80, la actividad parte de una comunidad denominada "Lagunas". La costumbre de festejar el Inti Raymi tiene una connotación interna, espiritual y cultural.

Con la participación de la colectividad de Lagunas y otros sectores, se realiza un sinnúmero de actividades culturales, musicales, espirituales, ritos, ceremonias para celebrar el Inti Raymi³. También se efectúan exposiciones gastronómicas, danzas y más, indica Baudilio Quizhpe, presidente de la Red de turismo comunitario Saraguro Rikuy.

³ Fiesta del sol que se celebra el 21 de junio.

4.2.2.1.1.2. Cosecha.

Quizhpe señala que el Inti Raymi es la fiesta de la cosecha, no solamente material (producción de maíz, por ejemplo), "cosechamos también el fruto de nuestra lucha, de lo que hemos conseguido espiritualmente como personas, familia, comunidad y sociedad".

4.2.2.1.1.3. Naturaleza.

La naturaleza no es para explotarla, menciona el Presidente de la comunidad de las Lagunas, de ahí que respetan todo lo existente en el entorno natural, agradeciendo cada una de las maravillas que ella presenta, "ella es nuestro espacio de vida".

4.2.2.1.1.4. Actividades.

Se prepara un variado programa para conmemorar el Inti Raymi, es así que el 4 de junio, se presenta oficialmente el espacio "Willana Puncha", con la presencia de autoridades locales y lugares participantes. Demostraciones en el campo de la gastronomía, artesanías, música, serán de agrado de los presentes. Así mismo, se efectuarán varios talleres de preparación final para la celebración.

4.2.2.1.1.5. Ritual.

El ritual final del Inti Raymi será el 21 de junio, en el denominado "Baño del Inka", con la intervención de las comunidades, la ocasión será aprovechada para ejecutar el traspaso de mando.

La característica particular de este acontecimiento es el fortalecimiento, posicionamiento y desarrollo del turismo comunitario, al que está invitada la comunidad (http://www.cronica.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=981:inti-raymi-fiesta-de-la-cosecha-material-y-espiritual&catid=41:reportajes&Itemid=67)

4.2.2.1.1.6. Actividades artesanales y turismo.

La artesanía como una herencia y un legado histórico, es una actividad que está presente en la comunidad. La materia prima obtiene de sus ovejas, que es procesado cuidadosamente para realizar prendas finas con el cual se visten los hijos de la comunidad de Lagunas. El poncho, el rebozo, el sombrero que ponen los hijos de la comunidad de Lagunas, especialmente en tiempos de gala, son el producto de las habilidades y destrezas que tiene los indígenas de la comunidad.

La elaboración de hermosos collares que representan el arcoíris como la aproximación de nuevos tiempos, son actividades que han llamado la atención a turistas nacionales y extranjeros. La materia prima que utiliza (mullos) son adquiridos en los mercados locales, y en las ciudades de Guayaquil y Cuenca.

Las herramientas para labrar la tierra para producir, como el arado y el yugo, es construido en la misma comunidad, por los compañeros y conocen de esta hermosa actividad artesanal.

El turismo es una potencialidad que tiene esta comunidad, que se está aprovechando por los miembros de la comunidad, o por quienes realizan estas actividades; ya que es una de las comunidades que tiene una amplia gama de servicios y por ende es la comunidad que más turistas a logrado recibir.

4.2.2.2. Datos generales de la comunidad de Oñacapac.

4.2.2.2.1. Origen de la comunidad de Oñacapac.

La comunidad de Oñacapac, creada con el Acuerdo Ministerial Nro. 466, del 23 de agosto de 1990, se encuentra ubicada en la parte oriental, a unos 18 Km., desde la cabecera cantonal de Saraguro, en lo que se refiere al origen de la comunidad no se puede conocer con exactitud cómo se originó la comunidad de Oñacapac, pero si se conoce, qué, los primeros tatarabuelos vinieron perseguidos por los mestizos de Saraguro, ya que anteriormente éstos miembros tenían su lugar de habitación donde actualmente es la parroquia de Saraguro; testimonios más que suficientes para demostrar que por los años 70 tuvieron que enfrentar fuertemente con los mestizos del cantón, especialmente con la Alcaldía de Saraguro para recuperar un

espacio físico, donde posteriormente se tenía planificado en edificar un albergue para los Saraguros; para lo cual la Asociación de Comunidades Indígenas Saraguros "ACIS", que actualmente es la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros "FIIS", en colaboración de los diferentes Mayorales⁴ de las comunidades de la parroquia de Saraguro (hoy cabildos), construyeron una casa de bareque donde al momento funciona la casa de la UNION OBRERA; sin embargo, con estos hechos tampoco se pudo cristalizar estas aspiraciones, pero sí fue un espacio para poder reivindicar algunas partes de nuestra identidad cultural.

Oñacapac, por ser una comunidad antigua, y, sobre todo por tener su espacio territorial amplio se encuentra dividida en diferentes sectores como: Muchicapamba, Virgen Pata, Zhimaloma, Capilla Pamba y Capulis Pamba, incluso facilitar una mejor administración comunitaria.

El desplazamiento de los habitantes que actualmente es la comunidad de Oñacapac, ha hecho que nuestros compañeros mantengan los valores culturales como: la música, su vestimenta, el idioma, sus costumbres, y sobre toda su idiosincrasia que no se deja de influenciar por la cultura occidental. Aunque la juventud al momento ha sufrido su aculturación, por la influencia de la sociedad y emigración a otros lugares de nuestra patria, y fuera de ella.

⁴ Persona encargada de fiscalizar las labores en la comunidad.

4.2.2.2. Líderes de la Comunidad.

Desde el asentamiento de los mayores en la comunidad de Oñacpac se ha contado con una estructura política organizativa de hecho, la misma que ha permitido consolidar mejor la comunidad; así como conseguir diferentes logros tendientes a mejorar el desarrollo de su familia y la comunidad entera; siendo así, se ha podido contar con lineamientos de mucha relevancia que han hecho de su vida su amplio historial y renombre, tanto al nivel de su comunidad, cantonal, provincial, nacional, e Internacional; por consiguiente se ha podido recabar algunos datos más relevantes de los líderes con la información oral de los mayores, aunque lamentablemente la comunidad no cuenta con todo el proceso histórico documentado; sin duda alguna los testimonios de los mayores nos garantizan la veracidad de la información como, Manuel de Jesús Guayllas, Espíritu Morocho, Manuel Antonio Sigcho, José Francisco Guayllas, Segundo Manuel Poma, Miguel Poma Morocho, Pedro Martín Poma Saca, Manuel Asunción Sarango Tene, Manuel Asunción Guamán, Pedro Manuel Sigcho Poma. Personajes que se destacaron en el desarrollo de la comunidad en todo sus ámbitos, fortaleciendo de esta manera su vida organizativa comunitaria.

4.2.2.2.3. Situación Actual de la Comunidad

Como resultado de su grado de organización, la comunidad de Oñacpac al momento cuenta con diversos servicios básicos y sociales como: escuela

bilingüe, guardería de infantes, casa comunal, capilla, agua potable, letrización, cancha de uso múltiple, sub centro de Salud, Proyecto de Capacitación en Alternativas Agro-ecológicas y conservación ecológica; éste último que está a cargo del Cabildo, y la pre-asociación de piscicultores, para tal efecto se encuentra destinados tres personas bonificados, mismo que proviene del Departamento de Educación Popular Permanente de la Dirección Provincial de Educación Provincial de Educación Intercultural Bilingüe de Loja, en convenio con la Comunidad jurídica de Oñacpac, a partir del mes de octubre del año de 1999. (<http://www.saraguro.org/onacpac12.htm>)

4.2.2.2.4. Actividades artesanales y de turismo.

En la comunidad de Oñacpac, igual que en otras comunidades de la parroquia Saraguro, se viene conservando las raíces ancestrales, entre ellas las artesanías que se elaboran por manos propias de la comunidad, estos artículos se venden en el centro de la comunidad, así como también en otras ciudades como es Loja, Cuenca y Quito; la materia prima se los obtiene de las mismas ciudades antes mencionadas; por otro lado también se elaboran su propia indumentaria, que la materia prima se obtiene de sus ovejas, que es procesada cuidadosamente, para elaborar finos ponchos, rebosos, sombreros, anacos; que es muy llamativa tanto a los turistas nacionales y aún más los extranjeros.

4.2.2.3. TURISMO COMUNITARIO EN SARAGURO.

4.2.2.3.1. Red de turismo comunitario Saraguro Rikuy.

El turismo Comunitario en el pueblo Saraguro está ubicado en la región Sur del país, dentro del territorio de los Saraguros tanto en la Sierra como en la Amazonía.

Al momento está comandada por la Red de turismo Saraguro Rikuy, entidad social que se creó desde los distintos proyectos que la Fundación Kawsay viene desarrollando desde el 2001.

4.2.2.3.2. Descripción del proceso histórico en el turismo comunitario.

Una vez que fundación Kawsay inició el proyecto en el año 2001, aún no habían instancias para el desarrollo de esta actividad en la zona de Saraguro, si bien hubieron algunas intensiones de algunas entidades locales, éstos no tuvieron importancia por cuanto nunca desarrollaron sostenidamente, quizás de forma muy esporádica hicieron algunas acciones en este campo.

Para dar inicio al proyecto se buscaron los mecanismos que permitiera el desarrollo pleno de esta actividad. En un principio se hicieron estudios

sobre la capacidad de instalación, sobre los productos más atractivos (nuestra cultura, nuestra música, nuestras artesanías, nuestras vivencias) y al mismo tiempo se ubicaron a las potenciales comunidades que tienen estos recursos naturales y culturales, en un principio solo fueron cinco comunidades, sin embargo al finalizar el proyecto se sumaron otros más.

Dentro de la propuesta de trabajo constan además adecuaciones y construcciones de infraestructuras, que luego se hicieron efectivas tales como: alojamientos adecuados en viviendas de las familias, una casa – posada que ahora es hostal Achik Wasi, se trabajó además en la elaboración de material promocional y señalización. Pero lo más importante dentro de todo este proyecto fue la capacitación a las familias que se integraban a esta actividad en temas como: atención al cliente, guianza, preparación de alimentos, manejo de desechos, microempresas familiares, etc. Así mismo se pudo hacer pasantías a otras experiencias de esta clase dentro de país, los cuales motivaron enormemente a las familias para la implementación de servicios y con calidad.

Como parte fundamental de este proceso, durante el desarrollo de las actividades se buscó consolidar una estructura organizativa social y comunitaria como es ahora la red de turismo Comunitario “Saraguro Rikuy”, instancia que permitiera el desarrollo de la actividad turística con responsabilidad y de manera organizada en el futuro, es mas de forma autónoma y al mismo tiempo integre a mas iniciativas a nivel local y regional. Esta red está conformado por los Centros de Turismo Comunitario CTC's, instancias que se crearon al interior de cada comunidad integrados por los

prestadores de servicios (guías, dueños de alojamientos, artesanos, músicos, etc).

De la misma manera, no podía faltar la conformación de una instancia para entrar en los negocios de esta actividad y para ello se logra constituir una Operadora de Turismo con miembros de esta iniciativa, misma que a futuro se encarga de vender los servicios que se ha logrado consolidar con las comunidades.

El aporte de instituciones locales y regionales (estatales) han sido casi nulos en sus primeros años de implementación del proyecto, sin embargo en la actualidad están más decididos en aportar y de hecho se ha logrado un involucramiento dentro de este proceso, como se puede apreciar, el tema del TURISMO COMUNITARIO, incluso está dentro de los Planes de acción (plandetur 2020) del Ministerio de Turismo, de los gobiernos locales e incluso de otras entidades no estatales.

Pero el aporte de las entidades de cooperación internacional han sido decisivos para la implementación y puesta en marcha de esta iniciativa en Saraguro, entre ellas: Solidaridad Internacional, AECID, Ayuntamiento de Alcobendas, Paradores Turísticos, todas ellas de origen española. Aunque en estos últimos tiempos ya existen aportes significativos de los entidades estatales.

4.2.2.3.3. Situación actual.

Al momento la iniciativa de turismo Comunitario en Pueblo Saraguro está en manos de la Red "Saraguro Rikuy", pero siempre con el apoyo técnico de la

fundación Kawsay, el Ministerio de Turismo, el gobierno Provincial y local y algunas otras entidades no gubernamentales que prestan su apoyo.

Se ha logrado un reconocimiento como miembros de la FEPTCE (Federación Plurinacional del Turismo Comunitario del Ecuador) y a través de ella a nivel nacional.

La oportunidad de estar en las ferias de turismo nacional tanto en Guayaquil, Quito y Cuenca, nos ha permitido hacernos conocer a nivel global nuestra propuesta, sumado a esto la creación de un sitio web propiamente para esta actividad (www.turismosaraguro.com)

Como fortalezas nuestras podemos decir que tenemos una estructura organizativa local que garantiza la continuidad de esta actividad (sostenibilidad), Alianzas con otras entidades a nivel político y de negocios, capacidad de manejo por parte de los miembros de los CTC's,

Como debilidad principal se puede anotar que no tenemos un plan de mercadeo y comercialización y que permita incrementar las ventas, aunque a esto se suma lo de estar ubicados geográficamente muy lejos de los centros de llegada de visitantes. (<http://www.kawsay.org/contenido.aspx?Mid=6>)

4.2.2.3.4. Comunidades que integran el turismo comunitario.

4.2.2.3.4.1. Gunudel.

Esta es una de las comunidades que están trabajando lo que es el turismo comunitario, en la cual se puede visitar los talleres de cerámica así como

también la degustación de las bebidas típicas y su gastronomía, en esta comunidad se encuentra el alojamiento comunitario “Tambu Wasi” comprende de una habitación para dos personas; ésta comunidad está a unos 10 minutos del centro de la ciudad de Saraguro.

4.2.2.3.4.2. Comunidad de Chemical.

Ubicada a 40 Km. al occidente, esta comunidad se caracteriza por tener un clima tropical seco debido a su ubicación en la unión de los ríos Paquizhapa y León, desde donde toma el nombre del Río Jubones. Goza de un clima cálido todo el año. Esta comunidad de origen mestizo - campesino, ofrece los servicios de alimentos y bebidas junto a un hermoso balneario ubicado en la unión de los ríos antes mencionados. Para algunos que gustan de practicar el kayak o rafting, también pueden aprovechar para disfrutar de las bondades que tiene esta localidad (actividad que sería realizada por su propia cuenta).

4.2.2.3.4.3. Comunidad de Oñacpac.

Comunidad indígena localizada a solo 8 km del centro poblado de Saraguro, desde esta comunidad parten caminatas hacia terrazas agrícolas, cascadas y lagunas. Entre las actividades turísticas ofrecemos: caminata a terrazas

agrícolas y pucaros, visitas a talleres artesanales, pesca deportiva, elaboración de artesanías, comida típica, música y danza, prácticas agrícolas. Oñacpac tiene sitios turísticos de gran interés para visitar; Cascada de la Virgen, laguna Cochapamba⁵, terrazas incaicas. También mingas de siembra, cosecha de maíz y clases de quichua son actividades aquí ofrecidas, además de bailes típicos que refuerzan la identidad local.

4.2.2.3.4.4. Comunidad las Lagunas.

Comunidad indígena ubicado al Sur de Saraguro con una distancia de 3 km desde Saraguro, los habitantes viven de la agricultura, ganadería, artesanías, sector de servicios y del turismo comunitario. Las Lagunas es la sede central de la fiesta del Inti Raymi (21 de junio), afianzando en el ciclo vital (Kawsay), que rige el desarrollo del ser humano. Así la concepción, el nacimiento, el crecimiento, la madurez y la muerte son los rectores del ciclo vital. Se pueden realizar caminatas a terrazas agrícolas y pucaros donde se realizan rituales indígenas y visitas a talleres artesanales textiles.

4.2.2.3.4.5. Comunidad de Ilincho.

Comunidad indígena, ubicado al Sur y con una distancia de 3 km. desde Saraguro, que viven de la agricultura orgánica, ganadería, artesanías,

⁵ Laguna

sectores de servicios y en la actualidad del turismo comunitario. La comunidad ofrece una amplia oferta de servicios turísticos: caminata a terrazas agrícolas y pucarás, (desde donde se aprecian unas impresionantes vistas) elaboración de artesanías, comida típica, música y danza y prácticas agrícolas. En esta comunidad se pueden tomar baños de cajón. Sus actividades principales son la agricultura orgánica, ganadería, artesanías, sectores de servicios y turismo comunitario. La comunidad ofrece una amplia oferta de servicios turísticos: caminata a terrazas agrícolas y pucarás, elaboración de artesanías, rituales, comida típica, música y danza y prácticas agrícolas.

4.2.2.3.4.6. Comunidad de Jera.

La comunidad se encuentra al noroccidente de la ciudad de Saraguro y a una distancia de 15 Km. Aquí se produce la elaboración de la bebida Wajanku que se trata de un líquido dulzón que se extrae de los pencos, grandes plantas similares a la sábila y que abundan en toda la zona. También podemos encontrar un museo etnográfico, donde se exhiben algunos de los instrumentos que eran y o son utilizados por esta etnia indígena en su día a día así como sus vestimentas e indumentarias.

4.2.2.3.5 Alojamientos turísticos comunitarios.

Gunudel.

Alojamiento: Kamayu Wasi

Propietarios: Benigno Zhingre y Luz Tene.

1 habitación para 3 PAX.

Oñacpac.

Alojamiento: kaspi Wasi.

Propietarios: Segundo Poma y María Rosario Sigcho.

1 habitación para 2 pax.

1 habitación con cama matrimonial.

Las lagunas.

Alojamiento comunitario.

Propietarios: Miguel Quizhpe y Ana Lozano.

1 habitación para 2 pax.

Alojamiento: Inka Wasi.

Propietarios: Clementina Lozano y Baudilio Quizhpe.

1 habitación con cama matrimonial.

Ilincho.

Alojamiento Pukara Wasi.

Propietarios: Luz Sarango.

2 habitaciones para 2 pax.

4.2.2.3.6. Productos que se ofertan dentro del turismo comunitario.

La economía del pueblo Saraguro por historia ha sido de la ganadería y la agricultura. La ganadería para solventar los costos de salud, educación, vestimenta y alimentación; mientras tanto, la agricultura como fuente de auto sustento familiar, aunque hoy en día, esta agricultura se convierte en un aporte más a la economía familiar a raíz de su venta.

En estos últimos años, se han buscado nuevas y alternativas formas de producción que genere ingresos adicionales para las familias. A partir de esta situación, Fundación Kawsay implementa desde el año 2001 el proyecto de Turismo Comunitario con la participación inicial de cinco comunidades, en pos de generar ingresos adicionales para las familias y la comunidad con el desarrollo de la actividad turística; dentro de esta actividad a través del turismo comunitario se ofertan a los turistas lo que es el Agroturismo⁶ especialmente, ya que el turista participa de las diferentes actividades agrícolas que se realiza en las comunidades de los Saraguros; También se oferta la cultura misma de los Saraguros, esto es las vivencias de las fiestas religiosas como las fiestas andinas como también su gastronomía; también el turista puede realizar lo que es el turismo de aventura, ecoturismo, trekking⁷, pesca deportiva, cabalgata, etc.

⁶ El término agroturismo incluye un amplio número de actividades que se realizan directamente en el campo, y que están vinculadas con el turismo rural.

⁷ Se trata de un viaje o caminata organizado y que generalmente es largo o arduo.

5. MATERIALES Y MÉTODOS.

5.1 Identificación de la muestra.

Debido a que el proyecto es de carácter comunitario, en este caso solo se trabajó con dos comunidades Lagunas y Oñacpac de las cuales pocas son las personas prestadoras de servicios de turismo comunitario, por lo tanto se tomó como referencia para el desarrollo del trabajo a las personas vinculadas a la actividad turística de las comunidades antes mencionadas que vienen desarrollando esta actividad.

5.2. Materiales.

- Copiadora.
- Computadora.
- Libros para recopilar información y citar bibliografías.
- Suministros y materiales.
- Internet.
- Cámara fotográfica.
- Flash Memory.
- Infocus.

5.3. MÉTODOS.

Para llevar a cabo la elaboración de la presente tesis, y dar cumplimiento a los objetivos planteados, se la realizo empleando algunos métodos y técnicas de acuerdo a las expectativas y características de la misma, Dichos métodos y técnicas son las siguientes:

5.3.1. Primer Objetivo Específico.

Realizar el diagnóstico de la situación actual de los prestadores de servicio de turismo comunitario, para identificar los requerimientos de capacitación existentes.

Para dar cumplimiento a este objetivo, se desarrollo mediante trabajo de campo, utilizando la técnica de la Observacion **In situ**, que permitió conocer la situación actual de las instalaciones, y del personal que labora en este proceso de turismo comunitario; también se empleó la **técnica de la encuesta**, dirigida específicamente a los prestadores de servicios, y en particular al sector operativo, quienes contribuyeron con información, para constatar de la situación que afrontan actualmente; además se aplico un cuestionario a los turistas que han comprado servicios de Turismo Comunitario, a través de la Red de turismo Comunitario Saraguro Rikuy, mismos que se encontraban en las comunidades en estudio, esto con el fin de conocer la calidad en la prestación de servicios, y el trato que se da a los turistas por parte de los prestadores de servicios; dicha información que permitió constatar los requerimientos de capacitación al personal, es decir en

que áreas es necesario la capacitación. Y para sustentar la revisión de literatura, se utilizó la técnica de la **recopilación bibliográfica**, accediendo a internet, libros, folletos, bibliotecas, etc. Para de esta forma sistematizar la información.

5.3.2. Segundo Objetivo Específico.

Estructurar un manual de capacitación periódica enfocada al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación, para mejorar la calidad en la prestación de servicios.

Para dar cumplimiento a este objetivos se recurrió a información indagada en el primer objetivo específico y posteriormente se elaboró el manual de capacitación operacional para los prestadores de servicios turísticos de las comunidades de Lagunas y Oñacpac, de tal forma contribuir para mejorar y enriquecer sus conocimientos mediante la capacitación.

El manual consta de 5 cartillas elaboradas por separado en donde se abordara diferentes temáticas las mismas que están divididas por capítulos para una mejor comprensión de los contenidos, además se consideró implementar talleres en donde el participante podrá desarrollar actividades que ya estudiaron a lo largo de cada capítulo, y con ello brindar una retroalimentación para fortalecer algunos puntos que se requieran.

El tamaño de las cartillas es A4 ilustrado gráficamente acorde a las temáticas y con enfoque al área de estudio, para dinamizar el desarrollo de

las mismas, la portada de cada cartilla por anverso y reverso es full color y de un material plastificado resistente al agua, debido a las condiciones climáticas de Saraguro donde se desarrollara la capacitación.

Entre las temáticas tentativas propuestas y las necesidades requeridas por los prestadores e involucrados en los servicios de Turismo Comunitario que se detectaron mediante las entrevistas y encuestas se consensuó que las áreas de capacitación serán las siguientes.

La duración de cada temática se ha distribuido en 32 y 40 horas incluida teoría y práctica, las mismas que se dividen para:

Atención al cliente, Hospitalidad, Relaciones humanas; mientras que la duración de esta temática denominada alimentación que se divide en dos capítulos tendrá una duración de 40 horas incluida la teoría y práctica; Seguridad alimentaria, Manipulación de alimentos; la duración de estas dos temáticas se ha distribuido 20 horas cada uno incluidas teoría y práctica: Técnicas de guianza, Inglés turístico; y finalmente la duración de esta temática será de 15 horas incluido teoría y práctica, Desarrollo Interpersonal.

Se ha definido los costos por hora de capacitación profesional de acuerdo las capacidades con las que cuentan los Ministerios para contratar profesionales con diferentes niveles de formación académica, ya sean ingenieros, y especializados en las temáticas a impartir.

Los costos van desde veinte dólares americanos hasta cincuenta dólares americanos por hora de capacitación.

5.3.3. Para el Tercer Objetivo Específico.

Socializar el proyecto con los actores involucrados en este tema.

Luego de haber realizado el estudio de la situación actual, posterior a ello se desarrolló la propuesta enfocada a los prestadores de servicio de turismo comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del Cantón Saraguro, como uno de los objetivos planteados, se procedió por fijar fecha, y con ello elaborar las cartas de invitación dirigidos a los actores involucrados, entregados con una semana de anticipación a : MINTUR, Administración Turística (UNL), RED de Turismo Comunitario de Saraguro, Representantes de los Centros de Turismo Comunitario (CTC).

Consensuando con las partes involucradas para el día 18 de enero del presente año a partir de las 15h00 en el local de la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros "FIIS" .

Se utilizó material audiovisual como es el infocus, además se les entregó el manual de capacitación a los actores involucrados para su revisión, a los que estuvieron presentes en ésta socialización, permitiéndonos llegar a establecer conclusiones y recomendaciones.

6. RESULTADOS.

Para cumplir el primer objetivo.

Realizar el diagnóstico de la situación actual de los prestadores de servicio de turismo comunitario, para identificar los requerimientos de capacitación existentes.

Con respecto al diagnóstico se obtuvo los siguientes resultados.

Para dar cumplimiento a este objetivo planteado se aplicaron algunos métodos y técnicas de acuerdo a las expectativas y características del proyecto, como la recopilación bibliográfica, para ello recurriremos al internet, libros, folletos, bibliotecas, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), etc. para de esta forma aplicar la matriz de diagnóstico situacional de Carla Ricaurte y con ello identificar y conocer datos demográficos del cantón Saraguro, parroquia y comunidades estudiadas, a continuación detallamos la información de las dos comunidades en estudio:

6.1. Matriz de diagnóstico situacional

6.1.1- Análisis Geográfico

Cuadro N°1 Ubicación Geográfica

DATOS:		Fotografía
Ubicación Global	América del Sur	
País	Ecuador	
Provincia	Loja	
Cantón	Saraguro	
Parroquia	Saraguro	
Comunidades	Oñacapac y Lagunas	

Fuente: Recopilación Bibliográfica.

Elaboración: Los Autores.

Descripción: El presente diagnóstico se realizó tomando en cuenta el entorno del tema de estudio propuesto, el cual está ubicado globalmente en América del Sur, en el país de Ecuador, en la Provincia de Loja, Cantón y parroquia Saraguro, particularmente en las comunidades de Oñacapac y Lagunas, en las que se centra el presente trabajo de tesis, en el cual se pretende realizar el estudio de la situación actual de las dos comunidades antes mencionadas.

Cuadro N°2 Datos Estadísticos

Número de habitantes	Mujeres	4.817
	Hombres	4.228
	Total	9.045 hab.
Idioma Nativo	Kichwa	
Extensión	1080 Km2	
Ubicación	Parroquia Saraguro	
Coordenadas	Geográficas	Longitud: 79° 43´41”
		Latitud: 3 ° 31´38”
Límites	Norte	Provincia del Azuay
	Sur	Loja
	Este	Provincia de Zamora Chinchipe
	Oeste	Provincia del Oro.
Orográfica	Tambo Blanco, Huilimón, Uritusinga, Puglla, Carbonsillo, Guagrahuma, Fierro Hurco, Acacana,	
Temperatura	18°C	
Clima	Frío y templado	
Precipitación	1200mm	
Altitud	2520 msnm	
Hidrografía	Yumala, Jubones, Sitinkapa, Turucachi.	

Fuente: Recopilación Bibliográfica (INEC 2010).

Elaboración: Los Autores.

6.1.2. Análisis ecológico

Cuadro N°3 Áreas naturales

TIPO DE ÁREAS NATURALES			
Nombre	Propietario	Categoría de manejo	Características
Bosque de Washapamba	Comunidades de: Lagunas, Ilincho y Gulacpamba	Bosque protector	Posee una extensión de 25 hectáreas, está ubicada al sur de la parroquia Saraguro; podemos encontrar gran variedad de flora y fauna y muchas de ellas son endémicas. Entre la fauna tenemos: danta, zorro, huanchaca, lechuza, paloma torcaz, cuy, conejo, gavián, llangachi, sucso, etc. Y en lo que es fauna tenemos: alisos, gañil, laurel, sauce, romerillo, nogal, pumamaqui, etc.

Fuente: Recopilación Bibliográfica.

Elaboración: Los Autores.

6.1.3. ANÁLISIS POLÍTICO Y POBLACIONAL.

6.1.3.1. Organización política y social.

Políticamente las Comunidades de Oñacpac y Lagunas están conformados por el Presidente de Cabildo que es la máxima autoridad de la comunidad; seguido del Vicepresidente, Secretario, Mayoral, Presidente de la Junta de Agua, Organización de Mujeres, Organización de Jóvenes, Síndico. Esta directiva que da direccionamiento a la comunidad, tanto organizativamente, como políticamente, se eligen cada fin de año, y son posesionados en los primeros meses del año.

El presidente y su directiva, dura un año en su Administración, con la posibilidad de ser reelegido, si la Asamblea General así lo considera, ya que es la máxima autoridad en la toma de decisiones de las comunidades.

6.1.3.2.- Antecedentes demográficos.

El nombre Saraguro deriva del nombre Kichwa “Sara” que significa maíz, y “Guro” gusano. La simbología hace referencia a las mazorcas secas, fuente de la vida del pueblo de Saraguro. Se considera que antes de la conquista incásica los Saraguros formaban parte de los Paltas. Por los años de 1450 a 1520. Los historiadores señalan que Túpac Yupanqui y luego Huayna Cápac, al dirigirse al Reino de Quito, fueron dominando pueblos enteros pero, por la resistencia que presentaron fueron castigados y trasladados a

tierras del Perú y reemplazados por poblaciones de” mitmacunas⁸”. Otra hipótesis afirma que los Saraguros son originarios de Bolivia, basándose fundamentalmente en las similitudes en la vestimenta con los Paquizhapas, Indígenas de la zona Boliviana de Urdaneta. Saraguro, es uno de los cantones más antiguos de la provincia de Loja, se lo conoce como el lugar del maíz o la tierra del maíz• que es una gramínea que se cultiva en gran escala sin técnica, sin tractores, solo con la ayuda de bueyes y un arado rudimentario.

La población de Saraguro se caracteriza por tener su propia idiosincrasia; ya que es un grupo representativo de la cultura ancestral, tanto los hombres como las mujeres se identifican con su vestimenta además del idioma, costumbres y tradiciones heredadas desde el periodo incásico.

En la actualidad los Saraguros están asentados en la región andina provincia de Loja: cantón Saraguro y cantón Loja; en la región amazónica provincia de Zamora Chinchipe: cantón Yacuambi, Yanzatza y Nangaritzza. El mayor núcleo central es la zona Saraguro. A esto debemos sumar una considerable población de migrantes que a partir de finales de la década de los 90 y principios del año 2000 se asentaron en Estados Unidos y España.

⁸ Personas pertenecientes al propio imperio que eran trasladadas a los sitios conquistados con propósito colonizador y para difundir la cultura incaica.

6.1.3.3 Datos Poblacionales

Cuadro N° 4 Distribución Poblacional

DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL POR COMUNIDADES	
Comunidad	Población
Lagunas	340 Habitantes
Oñacapac	310 Habitantes
Total	650 H.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).

Elaboración: Los Autores.

6.1.4. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICOS.

6.1.4.1. Antecedentes económicos.

La economía del pueblo de Saraguro ha dependido básicamente de las actividades agrícolas, ganadería y artesanías, estas actividades son realizadas con el fin de satisfacer las necesidades propias, y un porcentaje se va destinado a los mercados locales, a la ciudad de Loja, y en menor cantidad a la provincia de Zamora Chinchipe; el área de estudio como son las Comunidades de Lagunas y Oñacapac se ha subsistido económicamente de las actividades agrícolas como: maíz, frejol, aba, arvejas, papas, etc.; que son productos destinado para el consumo familiar, y solo los excedentes son sacados al mercado, pero es en poca cantidad; Otros productos, como la oca, melloco, camote, arracacha, jícama, mazhuwa, quinowa, son productos que venían cultivando desde mucho tiempo atrás, y en la actualidad estos productos son llevados a las diferentes ferias o exposiciones de productos andinos y en esto escenarios son

también comercializados; y por otro lado también, se han dedicado a las actividades pecuarias como son: la crianza de ganado vacuno, ovejas, aves de corral, que son comercializados en los mercados locales, para luego ser trasladados a la ciudad de Guayaquil.

Muchos habitantes de las dos comunidades desde muchos años atrás han migrado, hacia la provincia vecina como es Zamora Chinchipe, particularmente se encuentran en los cantones de Yacuambi, Centinela del Cóndor, Yanzatza, El Pangui, Paquisha y Nangaritza; las razones son básicamente para dedicarse a actividades pecuarias, madereras, y agronómicas, ya que en estos espacios el clima y las oportunidades son mucho más favorables para mejorar la calidad de vida.

Actualmente se está fortaleciendo las actividades artesanales para ser comercializados en los mercados locales y también a nivel nacional; siendo las siguientes: La elaboración de su propia vestimenta, manillas, collares, alfombras, pulseras, llaveros, instrumentos de vientos, etc. Los mismos que son elaborados en sus propios talleres; estas actividades y productos son el complemento para realizar las actividades turísticas comunitarias, que son muy llamativas para los turistas, particularmente para los extranjeros.

Por otro lado desde el año 2002 impulsado por la Fundación Kawsay empezaron a trabajar con las comunidades de: Oñacapac, Ñamarín, Lagunas, Ilincho y Gera; en Turismo Comunitario como un complemento a sus ingresos económicos; y así mejorar la calidad de vida para las comunidades y sus familias; actualmente son 7 comunidades que integran la

red de turismo comunitario; y sus productos y servicios son ofertados y comercializados a través de la Operadora de Turismo Saraurku, que presta sus servicios en las oficinas de la Fundación Kawsay.

Cuadro N° 5 Actividades económicas.

ACTIVIDADES	PRODUCTOS	Porcentaje
Agrícolas	Maíz, frejol, aba, arveja, papas, oca, melloco, camote, arracacha, gicama, mazhuwa, quinowa y ortalizas.	60%
Pecuarias	Ganado vacuno, ovejas, aves de corral.	30%
Artesanales y turísticas	Elaboración de su propia vestimenta, manillas, collares, instrumentos de vientos, etc. y actividades de turismo comunitario.	10%

Fuente: Recopilación Bibliográfica.

Elaboración: Los Autores.

6.1.4.2. Producción agrícola en las comunidades de Oñacpac y Lagunas.

Cuadro N° 6 Producción Agrícola

Comunidad	Productos agrícolas	Destino
Oñacpac	Maíz, arveja, aba, oka, melloco, kinoa, papas y hortalizas	Parroquia Saraguro y Zamora
Lagunas	Maíz, arveja, aba, papa, trigo cebada tomate, babaco y hortalizas	Parroquia Saraguro, Loja y Zamora

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaboración: Los Autores.

6.1.5. Producción Pecuaria.

Cuadro N° 7 Producción pecuaria

COMUNIDAD	PRODUCTOS PECUARIOS	DESTINO
Oñacpac	Ganado vacuno, oveja, cuyes y aves de corral	Parroquia Saraguro
Lagunas	Ganado vacuno, oveja, cuyes y aves de corral	Parroquia Saraguro

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaboración: Los Autores.

Cuadro N° 8 Producción artesanal

COMUNIDAD	PRODUCTO ARTESANAL	DESTINO
Oñacpac	Elaboración de su propia vestimenta, manillas, collares, y actividades de turismo comunitario.	Parroquia Saraguro
Lagunas	Elaboración de su propia vestimenta, manillas, collares, elaboración de alfombras, mantelería, etc. y actividades de turismo comunitario.	Parroquia Saraguro

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaboración: Los Autores.

6.1.6. ANÁLISIS HISTÓRICO CULTURAL

6.1.6.1. Análisis histórico

6.1.6.1.1. Comunidad Oñacpac

La comunidad de **Oñacpac**, creada con el Acuerdo Ministerial Nro. 466, del 23 de agosto de 1990, se encuentra ubicada en la parte oriental, a unos 18 Km., desde la cabecera cantonal de Saraguro, en lo que se

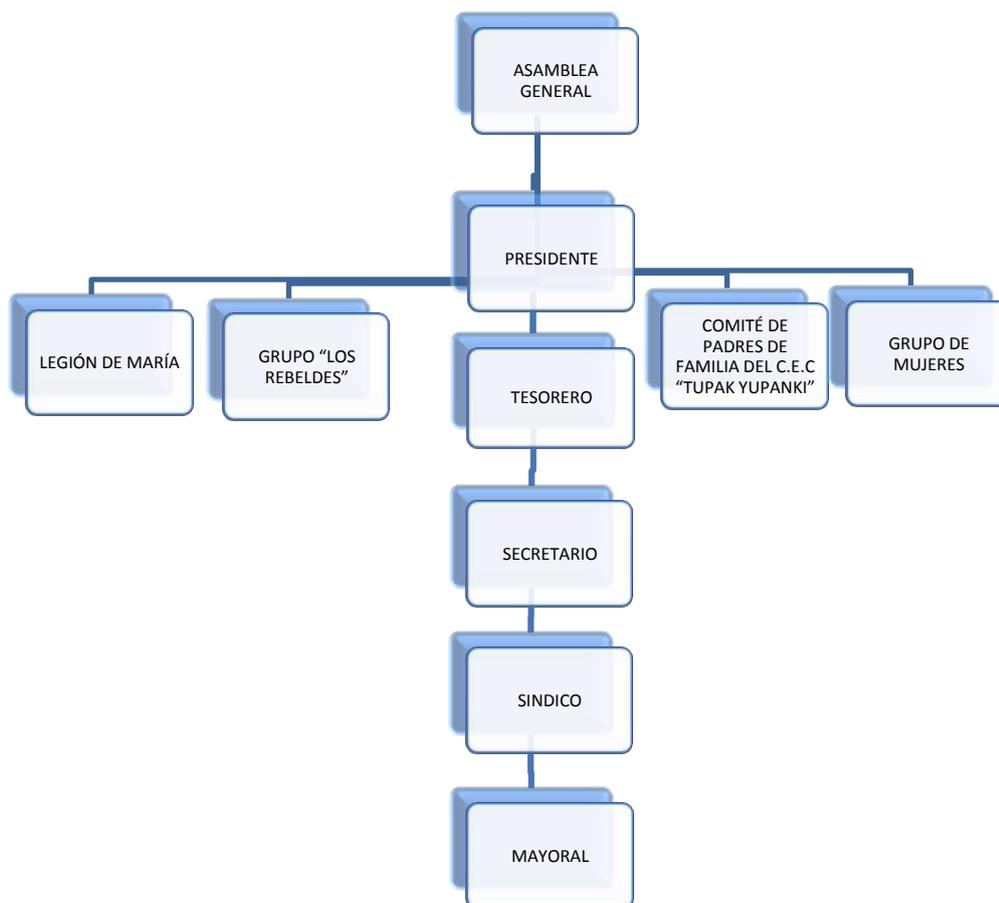
refiere al origen de la comunidad no se puede conocer con exactitud cómo se originó la comunidad de Oñacpac, pero si se conoce, que los primeros antepasados vinieron perseguidos por los mestizos de Saraguro, ya que anteriormente éstos miembros tenían su lugar de habitación donde actualmente es la parroquia de Saraguro; testimonios más que suficientes para demostrar que por los años 70 se tuvo que enfrentar fuertemente con los mestizos del cantón, especialmente con la Alcaldía de Saraguro para recuperar un espacio físico, donde posteriormente se tenía planificado en edificar un albergue para los Saraguros; para lo cual la Asociación de Comunidades Indígenas Saraguros (ACIS), que actualmente es la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros (FIIS), en colaboración de los diferentes Mayorales de las comunidades de la parroquia de Saraguro (hoy cabildos). Oñacpac, por ser una comunidad antigua, y, sobre todo por tener su espacio territorial amplio se encuentra dividida en diferentes sectores como: Muchicapamba, Virgen Pata, Zhimaloma, Capilla Pamba y Capulis Pamba, inclusive le facilite una mejor administración comunitaria.

Situación Actual de la Comunidad.- Como resultado de su grado de organización, la comunidad de Oñacpac al momento cuenta con diversos servicios básicos y sociales como: escuela bilingüe, guardería de infantes, casa comunal, capilla, agua potable, letrinización, cancha de uso múltiple, sub centro de salud, proyecto de Capacitación en Alternativas agro-ecológicas y conservación ecológica; éste último que está a cargo del Cabildo, y la pre-asociación de piscicultores, para tal efecto se encuentra destinados tres personas bonificados, mismo que

proviene del Departamento de Educación Popular Permanente de la Dirección Provincial de Educación Provincial de Educación Intercultural Bilingüe de Loja, en convenio con la Comunidad jurídica de Oñacapac, a partir del mes de octubre del año de 1999.

Gráfico N° 1:

Estructura administrativa de la comunidad de Oñacapac.



Fuente: Recopilación Bibliográfica.
Elaboración: Editado por los Autores.

Descripción del organigrama.

La Asamblea General son todos los miembros que conforman la comunidad y llega a ser la máxima autoridad en la toma de decisiones, seguido por el Presidente que es el representante legal de la Asamblea General, y da direccionamiento política administrativa a la comunidad, seguido de unos

auxiliares como es La Legión de María, que es encargada de evangelizar y en representación de la Iglesia Cristiana, Grupo de Jóvenes “Los Rebeldes” que son los encargados de los asuntos sociales de la comunidad, como son los deportes, música y danza; Comité de Padres de Familia; Grupo de Mujeres, que se organizan para la elaboración de artesanías así para su comercialización; Y por último está el Comité de Padres de Familia del Centro Educativo Comunitario “Tupak Yupanki”, que se encargan de las asuntos académicos relacionados con la escuela. El síndico que es el encargado del Comité de Fiestas, y por último el Mayoral, que es el encargado de vigilar y controlar todas las actividades que se desarrollan en la comunidad.

6.1.6.1.2. Comunidad de Lagunas.

La comunidad de **Lagunas**, está ubicada al sur del centro de la ciudad, a 3 km del centro parroquial, en lo que se refiere al origen del nombre se debe a que existe la presencia de unas lagunas, por lo que se originó su nombre, es una de las comunidades donde se está impulsando el turismo con más énfasis, por lo que gran parte de su economía se debe a ella.

Organización social y política. La comunidad cuenta con un presidente democrático participativo, que dura un año en sus funciones, con la posibilidad de ser reelegido. La Asamblea General es la máxima autoridad.

En la comunidad existen sub organizaciones que realizan actividades paralelas al cabildo; pero es el cabildo el que representa y los vigila, para evitar que la comunidad se fragmente organizativamente. Pero también para ayudar a gestionar y canalizar las necesidades que los agrupados en aquella sub-organización.

Actividades agrícolas. Los habitantes de la comunidad de Lagunas se dedican a cultivos de ciclo como: maíz, frejol, aba, arverjas, papas, etc; que son productos destinado para el consumo familiar, y solo los excedentes son sacados al mercado, pero es en poca cantidad. Son actividades que se complementan entre la actividad agrícola. Así los comuneros se dedican a la explotación de animales menores y mayores. En el caso de los cobayos y aves, casi en su mayoría es para el consumo familiar. Solamente la explotación de animales mayores es comercializada en el mercado local.

Actividades artesanales y turismo. La artesanía como una herencia y un legado histórico, es una actividad que está presente en la comunidad. La materia prima se obtiene de las ovejas, que es procesada cuidadosamente para realizar prendas finas con el cual se visten los hijos de la comunidad.

La elaboración de hermosos collares que representan el arcoíris como la aproximación de nuevos tiempos, son actividades que han llamado la atención a turistas nacionales y extranjeros. Los materiales que se utilizan (mullos, hilos, semillas) son adquiridos en los mercados locales, y otras ciudades como Guayaquil y Cuenca.

El turismo es una potencialidad que tiene esta comunidad, pero aun no es bien aprovechado por los miembros de la comunidad, o por quienes realizan

estas actividades. Las Lagunas es la sede central de la fiesta del **Inti Raymi** (celebrada el 21 de junio de cada año), afianzando en el ciclo vital (Kawsay), que rige el desarrollo del ser humano. Así la concepción, el nacimiento, el crecimiento, la madurez y la muerte son los rectores del ciclo vital, es una fiesta en la cual se tiene acogida de turistas tanto nacionales como internacionales.

Se pueden realizar caminatas a terrazas agrícolas y pucaras donde se realizan rituales indígenas y visitas a talleres artesanales de textiles.

Aspectos Culturales de las comunidades.

El desplazamiento de los habitantes que actualmente es la comunidad de Lagunas y Oñacpac, ha logrado que mantengan los valores culturales como: la música, su vestimenta, el idioma, sus costumbres, y sobre toda su idiosincrasia que no se deja de influenciar por la cultura occidental en parte. Aunque la juventud al momento ha sufrido su aculturación, por la influencia de la sociedad y emigración a otros lugares de nuestra patria, y fuera de ella.

6.1.6.2. ANÁLISIS CULTURAL.

6.1.6.2.1. Tradiciones.

En las dos comunidades en estudio, lo que tradicionalmente se conservan los tatarabuelos su propia idiosincrasia, es decir su propia forma de ver a la

vida, pero que también todos giran alrededor del tema religioso, como son las fiestas de Corpus Cristi, Navidad, y Tres Reyes; además lo más importante de los Saraguros es que se mantiene las rasgos culturales y tradiciones heredadas desde el periodo Incásico, que aún se mantiene viva como herencia⁹. Y por otro lado particularmente en la comunidad de Oñacpac, se está fortaleciendo la fiesta de la virgen de Agua Santa, que es un complejo turístico religioso muy llamativo, y que en la actualidad se empieza a tener más acogida tanto de peregrinos como de turistas.

6.1.6.2.2. Artesanías.

Dentro de las actividades artesanales, como herencia misma de los ancestros hacia sus generaciones, han adquirido conocimientos en la elaboración de su propia vestimenta, que es muy llamativa para los turistas, y que estos trajes tienen mucho valor en los mercados; por otro lado también se centran en la elaboración de collares, manillas, y productos de madera como son el yugo y el arado.

6.1.6.2.3. Música y danza.

Al hablar del folklor musical, danzas y canciones indígenas, es necesario manifestar que su música y su danza, como el misterio de su permanente luto, permanecen toda la vida inexplorados.

⁹ Es el acto mediante el cual una persona que fallece transmite sus bienes a otras.

Existen grupos folklóricos conformados por auténticos indígenas, que están haciendo posible la trama maravillosa del artista indio, que reproduce en cada una de sus interpretaciones los espejismos de una gran civilización prehistórica.

6.1.6.2.4. Vestimenta.

Figura N°1 Vestimenta mujer Saraguro



Fuente: Recopilación Bibliográfica.

Elaboración: Los Autores.

Viste una Anaco ancha que llega más debajo de la rodilla, la prenda es de color negro y de lana, con pliegues verticales y con una abertura al costado. El Anaco es asegurada a la cintura con una faja de vistosos colores, Complementa su atuendo una blusa, bordada en los puños y pechos, esta puede ser de blanca, verde, azul, rosa, lila u otro color vistoso. También, utiliza un Reboso que cubre su espalda desde los hombros, asegurado con un prendedor de plata llamado (Tupo). Algunas indígenas utilizan collares de plata o de mullo de diversos colores; lucen anillos de plata, aluminio, oro.

Figura N°2 Vestimenta hombre Saraguro



Fuente: Recopilación Bibliográfica.

Elaboración: Los Autores.

Viste una especie de camisas sin mangas, ni cuello de nominado Cushma, constituida por el poncho doblado sobre los hombros y amarrado a la cintura con una faja, que le permite exhibir su contextura musculosa, fruto de la agricultura, ganadería u otra actividad que requiere fuerza. Una prenda corta que llega a la altura de las rodillas, está constituido por dos partes, una blanca que cubre la parte superior de las piernas, y una negra que complementa la parte inferior que es asegurado a la cintura por un grueso cinturón de cuero, adornado con botones o remaches de palta u otro metal.

6.1.7. LEYENDAS.

6.1.7.1. La única hacha que tenía un pobre.

Hubo un hombre muy pobre, que no tenía ni casa, solamente estaba con una herramienta de trabajo que era una hachita con la que ayudaba a hacer

leña a distintas familias que necesitaban, a viudas, a personas mayores y enfermas. Toda la gente de su comunidad lo quería porque era muy comedido.

Un día, de tantos, se fue al cerro para partir la leña a la orilla de una laguna. Mientras cortaba un palo, se le zafó el hacha y fue al fondo de la laguna. Muy triste se puso a llorar por la pérdida de su única herramienta de sobrevivencia.

De pronto se le apareció un hombre preguntándole:

- ¿Por qué lloras?

Él le contestó

- ¡tenía una hachita que era mi única herramienta que me daba vida y se me perdió aquí en esta laguna! ¡No sé cómo sacarla!

Aquel hombre le dijo:

- ¡No te preocupes!

Metió su mano en la laguna y saco una hacha brillante, diciendo:

- ¡Aquí está!

Sorprendido el hombre le respondió:

- Pero, esa no es mi hacha, la mía era sencilla con cabo de madera.

Entonces aquel hombre le dijo:

- ¡No hay problema! Se la voy a recuperar también la otra.

Sacó la propia y se la entregó diciendo:

- Por tu honradez y humildad te entregamos una más.

El pobrecito muy agradecido por esta ayuda regreso del cerro con bastante leña. Cuando llego a casa donde estuvo acogido por esos días, el dueño se quedó sorprendido, viendo el hacha brillante que traía y preguntó:

- ¿Dónde halló esta linda hacha?

El pobrecito respondió:

- En el cerro estuve leñando a lado de una laguna encantada, en esas se me fue mi hachita al agua. Como no pude sacarla me puse a llorar. En ese momento apareció un hombre y me dio sacando esta hachita.

El dueño de la casa no pensó más, decidió hacer lo mismo y en el mismo lugar. Estuvo partiendo leña a la orilla de la laguna, e intencionalmente soltó su hacha y se puso a llorar. Esta vez, igual que con aquel pobrecito, también apareció el hombre y le preguntó:

- ¿Por qué lloras?

Este le respondió:

- ¡Se perdió mi hachita en el agua y no puedo recuperarla!

- ¡No te preocupes dijo el hombre!

Metió la mano en el agua y sacó en hacha que se había perdido y le entregó. Con rostro fingido de pobreza dijo:

- Mi hacha no era así.

Aquel hombre cogió el hacha y volvió a meter en el agua y se desapareció. El ambicioso perdió hasta su propia hacha por querer una de oro.

6.1.7.2. Leyenda de virgen káká¹⁰.

Antiguamente, los indígenas de las comunidades tenían que llevar las imágenes de la virgen de un lugar a otro, recogiendo limosnas para la parroquia.

Cierta vez un señor de Oñacpac estuvo yéndose a Gurudel con la imagen de la virgen en la alforja. Al momento de pasar por el río Waylashi, donde no había puente, se resbaló en una piedra, dejándole caer al agua a la virgen. Intento coger a la imagen, pero no pudo porque el agua la arrastró hasta la peña, en cuyo fondo había una laguna.

Se quedó pensativo sin poder hacer nada por lo difícil que era llegar hasta ese lugar. De prisa fue a llamar a más personas que estaban cerca de ese lugar para que le ayudaran a buscar.

Con una beta gruesa y larga lo amarraron de la cintura a uno de los hombres más valientes que estaban ahí y lo soltaron poco a poco. Cuenta que este hombre ha sido un negro. Desde una distancia éste vio que ciertamente sí estaba ahí la imagen y pidió que le soltaran un poco más. Al poco rato lo halaron de la beta seguros de conseguir el objetivo, pero fue una sorpresa, ¡el hombre ya no estuvo amarrado! Entonces todos pensaron que es posible que se haya abierto para salir por el río. Inmediatamente se dieron la vuelta para ver desde el frente de la cascada. Ciertamente desde allí vieron que se

¹⁰ Peña.

había quedado encantado por la waka junto a la imagen. No pudiendo hacer ninguna otra cosa más, se dijeron:

- ¡Qué vamos hacer!

Rendidos se regresaron a la comunidad sin poder recuperar la imagen. De esta manera se encantó para siempre la virgen en ese lugar, desde entonces, esta cascada toma el nombre de Virgen Káká.

Desde esa época hasta la actualidad, algunas personas dicen que pueden ver al hombre y a la virgen en el fondo de la cascada. Otros cuentan que ven a la virgen y al hombre, nada más que en forma de un tronco de achupalla. Asimismo hay gente que afirma haber visto pájaros de diferentes colores y diversidad de animales.

Existe otra creencia de los mayores de la comunidad de Oñacpac, que: cuando del fondo de la cascada sale el páramo y un poco de nube, en pleno verano, es signo que muy pronto lloverá, por tanto, hay que comenzar preparar la tierra para las siembras. En cambio, cuando llueve mucho, igualmente ponen velas pidiendo el verano y se cumple. De igual forma, hacen para que ganados, los borregos, las gallinas y los cuyes se reproduzcan bien.

Cuando algunas familias de la comunidad tenían que migrar al oriente, caminando por el cerro, ponían velas al frente de la cascada sobre una piedra en medio del río, pidiendo a la Waka la protección durante el viaje.

Actualmente este sitio es visitado y alumbrado con las velas, confundidos entre el poder de la mama Waka y el supuesto milagro de la imagen de la

virgen. También se hace una gran fiesta en este lugar, en una fecha específicamente el 15 de septiembre de cada año.

6.1.7.3. La laguna del Puklla.

Cuentan que hace mucho tiempo atrás salió un papá con su hija a coger leña cerca de la laguna del Puklla. Mientras el papá estuvo leñando la niña estuvo jugando con las piedritas y las mariposas. De pronto vio una hermosa flor en medio de la laguna; ella muy contenta intento cogerla. Cuando se acercó a la orilla, seguramente la Waka la escondió en el fondo de la laguna.

Dándose cuenta el papá inmediatamente la busco por todos los alrededores, pero no la encontró. Así que se regresó a casa pensando que ya se había adelantado. Muy temprano al día siguiente fue a buscar en ese mismo lugar. Ella estuvo peinándose en medio de la laguna sentado en una paila. Cuando la llamó rápido se perdió en el agua. El papá se quedó atónito y sorprendido del suceso, afirmando:

- Ha sido la Waka quien ha escondido la hija.

Así pasó algún tiempo; de vez en cuando varias personas las veían en medio de la alguna, sentado en una pailita, peinándose marcado un hermoso bebé. Siempre que alguien intentaba conversar, se perdía.

Al cabo de algún tiempo, cuando los papas estaban empeñados trabajando, en la época de la siembra, se apareció la muchacha cargada en su espalda

un bebé; era diferente y había crecido. Al ver esto sus papas se sorprendieron y se pusieron muy contentos. Bien comedida como era antes, acostó a su bebé en la cama, rápido se puso a ayudar; ella cocinó los porotos y el mote. Dicen que era extraño que aumentara todo lo que ella cocinaba. Al salir para traer agua de la quebrada, para seguir preparando la comida, pidió de favor a su mamá:

- No vean a mi hijo que estaba bien dormido. Si lo ven yo me iré para nunca más regresar.

El chorro de agua estuvo un poco alejado de la casa. Cuando la hija estuvo ya lejos, la mamá llevada de la curiosidad fue a despertarle al bebé de la cobija, al despertar vio que era una culebra grande brillando como el oro. Rápido llamó a su esposo para que también lo viera. Asustados dejaron nuevamente como estaba al inicio.

Al poco rato llegó la hija, inmediatamente fue a ver a su bebé. Enojada les reclamó:

- Ustedes han visto a mi hijo, ahora me voy para nunca más regresar.

Recogió sus cosas y se marchó. Varias personas la siguieron atrás, pero fue inútil el intento. La hija llegó a la laguna, donde antes se perdió y se metió en ella. No pudiendo hacer nada, todos se regresaron a casa.

Por eso dice la gente, que si no hubieran visto al bebé, esa familia habría tenido mucha suerte.

6.1.7.4. El conejo que quería crecer.

El conejito preocupado de su pequeña estatura aspiraba crecer un poco más. Cierta vez, mientras caminaba por el bosque, se encontró con un hombre. Se acercó humildemente y dijo:

- Soy muy pequeño, por eso no tengo trabajo ni mujeres, necesito crecer. ¿Me puede ayudar Usted? Con este pedido el señor se quedó callado por un rato. El conejo insistía que le hiciera el favor. Frente a tanta insistencia, el señor dijo: - ¡Bueno! Pero tienes que hacer tres cosas. Ante esto, el conejo se puso muy contento, ¡dígame! Señor ¿qué tengo que hacer? Dijo.

El señor le pidió traer tres cosas: una culebra, las barbas de un león y una pluma de un gavián, dándole plazo solamente hasta el mediodía del siguiente. Si te atrasas no te ayudaré, dijo.

Con este pedido el conejo hizo lo imposible con tal de crecer. Para cazar la culebra, salió al cerro con un pote. Tanto buscar encontró una culebra dormida junto a una piedra. Se acercó lentamente, colocando el hueco del pote justo a la cabeza. Hizo cosquillitas en la barriga y la culebra se despertó y entró al pote. Así logro coger la culebra.

Preocupado continuaba caminando por el cerro. A lo lejos vio a un león descansando. De igual forma, se acercó lentamente diciendo:

- ¿Cómo está mi jefe? ¡Usted se ha envejecido un poco! Hay que arreglar su pelo, pero como somos buenos amigos, yo le puedo peinar sin ningún costo.

Al inicio, el león estuvo molesto, pero poco a poco fue tranquilizándose. Pero de tanta insistencia el león se dejó arreglar su pelo. El conejito fregaba los pelos con mucha delicadeza. Ya cuando el león estuvo un poco relajado, le dijo:

- ¡Oiga usted tiene mucha barba!, ¿por qué no le arreglamos también?

Como el león estuvo un tanto dormido no le respondió nada. Mientras el conejo le pelo unas cuantas barbas. Le acarició un poco más, hasta que se durmiera y se escapó. Finalmente tenía que conseguir la pluma de un gavilán. Para esto, salió a una loma bien grande y se acostó panza arriba en un pajonal. De pronto, apareció volando un gavilán, el conejo. Bien astuto fingió estar muriéndose; se revolcaba de un lado a otro. Cuando el gavilán se lanzó para atraparlo, se agarró de las plumas y no le soltó.

Desde una cierta altura el conejo se cayó con un puñado de plumas en la mano, las que se pelaron de tanto peso. Al caer se quedó echado en el suelo por un buen rato porque se había golpeado la cabeza. Cuando se despertó, ya había llegado la hora de entregar las tres cosas al señor. Medio atontado fue corriendo para entregarlas.

Como ya estuvo atrasado, el señor no quiso ayudarlo. Sin embargo, el conejo siguió insistiendo que le hiciera crecer, porque le costó mucho esfuerzo conseguir las tres cosas. De tanto insistir lo logró. El señor le dijo:

- Te voy a estirar un poco un poquito. Si siendo pequeño has conseguido todo eso ¡que harás siendo más grande!

Le cogió de las orejas, estirándole muy duro. El conejito con bastante dolor se quedó sentado, se tocó las orejas dándose cuenta que eran más largas dijo: - Algo es algo, por lo menos tengo las orejas más grandes para poder escuchar mejor.

6.1.8. FESTIVIDADES.

Calendario de festividades de las Comunidades.

Cuadro N° 9 Fiestas Cívicas

Fecha	Lugar	Motivo
21 de Junio	Lagunas	Inty Raymi
Mayo 2° domingo	Oñacapac y Lagunas	Día de las madres

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaboración: Los Autores.

Cuadro N° 10 Fiestas Religiosas

Fecha	Lugar	Motivo
06 de Enero	Oñacapac Y Lagunas	Tres Reyes
Abril año calendario	Oñacapac	Pascua
Junio año calendario	Oñacapac	Corpus Cristi
Septiembre 15	Oñacapac	Virgen de Agua Santa
Diciembre 25	Oñacapac y Lagunas	Navidad

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaboración: Los Autores.

Cuadro N° 11 Gastronomía

GASTRONOMÍA TÍPICA	GASTRONOMÍA TRADICIONAL
Pinzhi	Caldo y Estofado de gallina Criolla
Cuy con Papas	Mote pelado con queso
	Tortillas de Maíz (Walus)
	Sopa de Quinoa
	amales y humitas
Bebidas	
Wajanku	Chicha de Jora

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaboración: Los Autores.

6.1.9. GOBERNANZA.

Las dos comunidades en estudio, cuentan con una directiva comunitaria legalmente establecida que es encabezado por el presidente que es la autoridad máxima en representación de la comunidad, además de las organizaciones de Mujeres, Comités de Padres de Familia, Organizaciones Religiosas, Clubes entre otras; para brindarse ayuda mutuamente.

Pero por otro lado; por parte del GAD de Saraguro se recibe apoyo anualmente a través de los presupuestos participativos, que se desarrollan al finalizar los últimos meses de cada año. Por otro lado también las comunidades reciben apoyo de la Ong´s Internacionales como la Fundación Kawsay que impulsan al Turismo Comunitario en Saraguro. Actualmente existe otra Organización que trabaja en bien de las comunidades como es la Red de turismo Comunitario Saraguro Rikuy.

Para realizar las actividades comunitarias, trabajan en grupo, Mingas y Asambleas Comunitarias, con la finalidad de fomentar la unión y el cooperativismo.

6.1.10. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS.

6.1.10.1. Transporte y Accesibilidad.

Desde el centro de la ciudad existen 15 minutos en vehículo hasta la comunidad de Oñacapac; y a 5 minutos esta la Comunidad de Lagunas, cuenta con una carretera lastrada y existen vehículos a cada hora que conducen a estos dos destinos. Su accesibilidad puede ser a través de Bus, Camioneta, Bicicleta, Acémila y caminata; ya que a lo largo solo existe señalización vial, más no turística. Una de las estaciones de transporte local público es la cooperativa de camionetas Inty Katina, que tiene una frecuencia de servicio cada hora hacia la comunidad de Oñacapac; mientras que a Lagunas por su cercanía se maneja el sistema de taxis.

6.1.10.2. Comunicaciones.

Los tipos de telecomunicaciones existentes en las comunidades son la telefonía móvil (claro movistar y telefonía fija CNT), A demás de las cabinas telefónicas de uso público; otra forma de comunicación es el internet, ya que

existe un cyber café en las dos comunidades; actualmente en las comunidades no existe una oficina de correos.

6.1.10.3. Sanidad.

Las comunidades cuentan con algunos de los servicios básicos, entre ellos el servicio de energía eléctrica, la red de agua entubada, que es tratada con cloro; mientras que no existe alcantarillado, el tratamiento de las aguas servidas es mediante pozo ciego, la basura es depositada en el carro recolector semanalmente; los desechos orgánicos son aprovechados para los sembríos como abonos.

Existen dos facilidades para el servicio de salud, por un lado está el Subcentro de salud Pública, y por otro lado los shamanes¹¹ y las parteras.

La única estación para abastecerse de combustible es la del centro de Saraguro, que para hacer uso de este servicio, desde Oñacpac existe una distancia de 8 Km, y de Lagunas 3Km.

Cuadro N° 12 SERVICIOS EDUCATIVOS

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS		
Escuela	Barrio	Nivel
Centro Comunitario Túpac Yupanki	Oñacpac	Primario
Centro Comunitario	Lagunas	Primario

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaboración: Los Autores.

¹¹ Son individuos que se le atribuye la capacidad de purificar, curar a las personas.

6.1.11. Vigilancia y seguridad de la comunidad.

En las dos comunidades todos los miembros velan por la tranquilidad y el bienestar de las familias y en caso de haber algún inconveniente en lo que se refiera a la alteración del buen vivir; el dirigente de la Justicia Comunitaria es el encargado de encabezar para buscar y dar soluciones inmediatas a los inconvenientes ocasionados, esta autoridad existen en las dos comunidades.

6.1.12. Oferta de servicios turísticos.

Para desarrollar actividades de turismo comunitario existen diversas actividades tentativas entre ellas compartir las vivencias entre anfitriones y turistas, en el estudio se determinó que en las comunidades solamente existen el servicio de alojamiento comunitario, al igual que la alimentación también que es ofertada como un complemento de este servicio. Para las actividades de recreación y esparcimiento se puede visitar, el atractivo turístico Virgen de Agua Santa, que se encuentra en la comunidad de Oñacpac; en este lugar el turista puede acampar, observación de cascadas, flora y fauna, y el Cánopy. Mientras que en Lagunas, el turista puede visitar los talleres de textiles, disfrutar de la música, danza y compra de artesanías.

6.1.13. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA.

6.1.13.1 Existe demanda turística en la Comunidad.

Mediante trabajo de campo se determinó que las comunidades tienen una demanda, por temporadas, en Lagunas cuando se celebra las fiestas del Inty Raymi, y mientras que en Oñacpac se tiene una gran demanda de turistas durante las fiestas de la Virgen de Agua Santa.

Las formas de viaje para llegar a las comunidades al desarrollo de las actividades se lo puede hacer de forma independiente, ya que llegando a Saraguro el turista puede acceder al Departamento de Información Turística (ITUR) del Municipio y solicitar la información en general.

La demanda que poseen las comunidades es nacional e internacional, y su estadía es por lo general de dos días, semana, o hasta un mes. Haciendo uso de los servicios de alojamiento, alimentación, ritualidad, agroturismo, y adquisición de productos artesanales.

6.1.14. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Las Principales zonas de competencia (parroquia o comunidad).

Las Principales zonas de competencia dentro de las actividades de turismo Comunitario de manera local no existen competidores directos ya que se

trata de una Red de Turismo Comunitario en la cual están integradas las comunidades.

Para la acogida de turistas internacionales se considera competencia a otras comunidades pertenecientes a la sierra norte y central, que ya han venido trabajando con turismo comunitario desde muchos años atrás, en cuanto los competidores indirectos y en relación a la variedad de atractivos turísticos o productos sustitutos, se los considera a otros destinos como son la ciudad de Loja, Vilcabamba, en las que existe una amplia gama de productos y servicios turísticos posesionados en el mercado; además la provincia Zamora Chinchipe ya que en este destino se encuentran asentados los Saraguros y podrían empezar a trabajar con la modalidad de Turismo Comunitario.

Cabe recalcar que el Turismo Comunitario en Saraguro, no tiene competidores directos; los mercados indirectos que influyen en la competencia al Turismo Comunitario en el lugar antes mencionado, como son Loja y Zamora Chinchipe, poseen gran variedad de productos y servicios turísticos tanto naturales como culturales, y algunos de ellos están reconocidos a nivel mundial, los cuales se los puede considerar como competencia, pero pertenecen a otra modalidad de actividades turísticas, por lo que se los puede considerar como productos sustitutos, (iglesias, museos, parques nacionales, romerías, etc.)

Dentro del marco de Turismo Comunitario en Saraguro que se oferta, está la actividad, relacionadas con acciones vivenciales con las familias de las comunidades como son: agroturismo, gastronomía, cabalgata, camping,

actividades relacionadas con las costumbre y tradiciones de los Saraguro, etc.

El punto fuerte de los Saraguros son, sus costumbres y valores ancestrales que ellos poseen; como ya se mencionó en este sentido los competidores indirectos sería la Provincia de Zamora Chinchipe, ya que ellos poseen esa misma esencia de valores y tradiciones que son los puntos fuertes de nuestros competidores; se trata de los mismos Saraguros que migraron hasta esta provincia, que se estima que empezaran pronto a trabajar en esta temática del Turismo Comunitario.

El punto débil de estas comunidades vecinas es la falta de experiencias y conocimientos necesarios para empezar a emprender estas actividades,

Por otro lado las ciudades como son Loja, Vilcabamba, Catamayo, estos destinos turísticos tienen la fortaleza de estar posesionados en el mercado nacional e internacional, y la amplia gama de productos y servicios que poseen, hace que la competencia sea indirectamente.

Si la competencia se incrementara de forma directa se descentralizara la afluencia de turista, pero no en gran medida ya que Saraguro constituye uno de los centros indígenas más interesantes de América; aquí se conserva toda su autenticidad de las comunidades incaicas, sus tradiciones y costumbres; que solo lo pueden ofertar al turista los Saraguros y nadie más.

Pero por un lado sería buena la aparición de competidores directos, así se mejora la calidad en la prestación de los servicios, y con ello se busca más espacios para la capacitación.

La gastronomía se vería afectada, ya que otros destinos turísticos están adoptando la gastronomía de los Saraguros tal es el caso de la ciudad de Loja, que se está ofertando como plato típico “Cuy con papas”.

Se considera que el desarrollo de nuestro destino (las comunidades) afectara a las empresas de Hospedaje y alimentación a los establecimientos hoteleros de la ciudad de Saraguro, ya que dentro del Turismo Comunitario se oferta este servicio, pero por otro lado también se hablaría de una distribución equitativa de recursos siempre y cuando las comunidades estén dentro de la red del Turismo Comunitario.

Las tendencias del mercado actual en la zona de influencia identificadas son altas debido que la Red distribuye los grupos de turistas por comunidades, se ha identificado que existe una gran publicidad por parte de los clientes hacia sus amigos o colaboradores en el extranjero, promocionando por los rasgos culturales y turismo comunitario.

6.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

6.2.1. Entrevista.

Para el desarrollo y la identificación de los requerimientos y las necesidades de capacitación se realizó, una entrevista al Presidente de la Red de turismo Comunitario el Sr. Baudilio Quizhpe quien manifestó lo siguiente:

1.- ¿Con cuántas comunidades se está trabajando dentro de la red del turismo comunitario en Saraguro?

Manifiesta que en el principio se empezó con 4 comunidades, pero que luego se sumaron 3 comunidades más, siendo las siguientes: Oñacpac, Ñamarín, Lagunas, Ilincho, Gera, Chamental y Sabadel.

2.- ¿El personal que trabaja dentro de la Red es profesional?

En lo que concierne a esta pregunta, el presidente manifiesta que: es una RED social, por lo que el personal que labora aquí no es profesional, pero que si se han capacitado para realizar las actividades de turismo comunitario, algunas personas han tenido la oportunidad de viajar a otras provincias como es Imbabura y Napo, para realizar un intercambio de ideas, ya que de eso se trata del turismo comunitario, es una convivencia, con las familias de las comunidades, que esto al turista le llama la atención y es muy acogida para turistas extranjeros especialmente.

3.- ¿Los prestadores de servicio han recibido capacitación técnica por parte de la red de turismo comunitario?

Manifiesta que si se han impartido capacitación muchas veces, al principio del proceso del turismo comunitario, tuvieron muchas capacitaciones; pero que en la actualidad ya no se ha realizado capacitaciones.

4.- ¿En qué áreas se han capacitado los prestadores de servicio de turismo comunitario?

En temas de gastronomía, atención al cliente, hotelería, e idioma. Esto se dio cuando se empezó a trabajar con el turismo comunitario en Saraguro, y los siguientes 4 años.

5.- ¿Con qué frecuencia se imparte capacitación a los miembros de la Red?

En el periodo de los años 2000 al 2007, se dieron muchas capacitaciones, pero de este último año, hasta la actualidad no se han impartido ningún tipo de capacitación.

6.- ¿Cómo han financiado las capacitaciones anteriores?

Básicamente han tenido apoyo de Ong's, fundaciones y el Ministerio de Turismo (MINTUR); según la respuesta del Sr. Baudilio Quizhpe (Presidente de la Red de turismo Comunitario de Saraguro).

7.- ¿En caso de impartir capacitación a futuro como se lo podrá financiar?

Manifiesta que no están en la posibilidad de realizar, ya que es un poco costosa la capacitación, pero que por parte de los organismos del estado como él (MINTUR); esperan que los apoyen; pero están conscientes de la

gestión que se tiene que hacer en los organismos estatales para que se dé la capacitación, dice que se tiene que realizar una propuesta de capacitación, para que ellos lo analicen, y posterior a ello, si es posible realizar la capacitación.

8.- ¿En qué áreas les gustaría recibir la capacitación?

Las áreas que se puede considerar para realizar la capacitación son, motivación, porque existe gente que quiere conseguir recursos de la actividad turística de la noche a la mañana, realidad que no es así, más bien es un largo proceso que se debe de seguir para conseguir a los turistas; y por ello algunas familias han renunciado a la actividad de turismo comunitario, para dedicarse a actividades agrícolas y ganaderas.

9.- ¿En qué lugar le gustaría recibir la capacitación?

De acuerdo a la entrevista, el lugar idóneo es la ciudad de Saraguro, porque al tratarse de las comunidades, se tendría que distribuir el programa de capacitación para las 7 comunidades que integran el turismo comunitario; mientras tanto que sería más factible reunir a la gente en un solo lugar y así reducir los costos de la misma; también todas las comunidades juntas se haría un intercambio de experiencias, y así mejorar y enriquecer de una mejor manera los conocimientos.

10.- ¿En qué áreas considera más importante la capacitación para mejorar el servicio que ofrece el Turismo Comunitario?

Para dar respuesta a esta pregunta se planteó los posibles temas en base a los cuales se puede realizar el manual de capacitación.

Atención al cliente

Hospitalidad

Relaciones humanas

Seguridad Alimentaria

Manipulación de Alimentos

Técnicas de Guianza

Inglés Turístico

Desarrollo Interpersonal

A lo que el Sr. Presidente de la red con respecto a esta pregunta, menciona que en realidad todos los temas son muy interesantes, debido a que en la actualidad no se ha impartido capacitación, mucho menos en los temas antes mencionado; las comunidades que integran el turismo comunitario algunas de ellas como es Gera, casi se debe de empezar desde cero en capacitación en todos los ámbitos; mientras que Lagunas y Oñacpac, también se necesita la capacitación, pero que es más como una retroalimentación ya que ellos ya tienen una noción y conocimientos de las actividades turísticas.

Además se determinó que el desarrollo de las actividades comunitarias en Saraguro empieza en el año 2002 con apoyo de la fundación Kawsay, iniciativa que nace para complementar y mejorar la calidad de vida de las familias que están inmersas en estas actividades, la iniciativa arranco con la participación directamente con 4 comunidades, Lagunas, Ñamarín, Oñacpac y Gera para luego sumarse al proyecto la comunidades de Ilincho, Chanical y Sabadel, promocionándose particularmente con las mayoristas Metropolitan Tour, Apullakta y otras más por intermedio de la operadora Saraurku, además de los sitios web.

Por otro lado se identificó que personal que trabaja en las actividades de turismo comunitario no es profesional debido a que la actividad es de carácter social, pero durante los tres primeros años recibieron capacitación gestionada por la RED a Ong's como Kawsay, Wampra, Jatary, y otras fundaciones del exterior, también de los planes de capacitación estructurados en un inicio en idioma y cultura ancestral pero que ya no están vigentes.

Al momento de empezar las actividades, las comunidades tenían la necesidad de recurrir a capacitación en diferentes temas mediante gestión propia, logrando capacitarse por parte de organismos gubernamentales como el Ministerio de Turismo (MINTUR), y Ong's, en temas básicos como gastronomía, atención al cliente, hotelería, y guianza, además enriquecieron sus conocimientos y adquirieron nuevas experiencias mediante la visita a otras provincias que ya manejaban y tenían experiencia en estos procesos, como es Napo e Imbabura.

Actualmente no se recibe ningún tipo de capacitación debido a una desorganización existente que están afrontando entre comunidades por unificar el desarrollo de las actividades, en cierta forma distanciándose y promocionado en forma particular por otros medios ajenos a la RED, particularmente la comunidad de Oñacapac pretende crear su propia operadora de turismo.

6.2.2. ENCUESTAS.

Se las desarrollo para conocer la situación actual de la capacitación, identificar las necesidades, requerimientos, y exigencias de capacitación, además definir las temáticas para el desarrollo del manual.

5.2.2.1. Encuestas aplicadas para identificar los requerimientos de capacitación, prestadores de servicios y representantes de los Centros de Turismo Comunitario (CTC).

Como es el caso de las comunidades en estudio Lagunas y Oñacapac y debido a la organización existente se aplicó un total de doce encuestas, mismas están divididas en dos grupos, para turistas, y encuestas a las personas en representación de las familias y Centros de Turismo Comunitario (CTC).

Con los resultados obtenidos de las encuestas se detalla la siguiente interpretación de datos.

1.- ¿Ud. recibió por parte de alguna organización, o institución, capacitación al momento de empezar a prestar servicios de turismo comunitario?

De las 6 personas encuestadas, que representa el 100%, todos los encuestados si han recibido algún tipo de capacitación al momento de empezar a prestar los servicios turísticos comunitarios, los temas que se han capacitado corresponden a gastronomía, hotelería, guianza, atención al cliente e infraestructura turística, la capacitación se gestionó por parte de la Red, al Ministerio de Turismo.

2.- ¿Actualmente Ud., recibe algún tipo de capacitación?

El 100% de las personas encuestadas responden que en la actualidad no están recibiendo ningún tipo de capacitación, por lo que es de vital importancia realizar un proceso de capacitación; manifiestan que en el año 2008, fue la última capacitación que recibieron.

3.- Le gustaría recibir capacitación técnica?

Las 6 personas encuestadas que es el 100%, están de acuerdo a recibir capacitación técnica, porque durante mucho tiempo no han recibido nada de capacitación.

4.- ¿Con qué frecuencia cree Ud. Que se debe brindar la capacitación en esta área?

El 33.33%, manifiesta que están de acuerdo a recibir la capacitación trimestralmente, es decir 3 veces al año; mientras que el 66.66% están de acuerdo someterse a capacitación dos veces al año, con ello se deduce que el plan de capacitación será semestralmente.

5.- ¿Te han impartido algún curso de capacitación fuera de la comunidad?

De las 6 personas encuestadas, el 33.33% responde que si han tenido la oportunidad de salir a capacitarse en otros lugares como son: Imbabura, Napo, lo hicieron ya que en estos lugares antes mencionados, ya se estaba manejando lo que es el turismo comunitario, pero claro, esto se dio a inicios cuando se empezó con el turismo comunitario en Saraguro; y el 66.66% no han salido a capacitarse fuera de la ciudad de Saraguro.

6.- ¿Sus conocimientos le dan seguridad para hacer turismo comunitario?

Con respecto a esta pregunta existe un equilibrio entre las dos partes; por un lado manifiestan, que por tratarse de actividades del lugar, refiriéndose a las costumbres y tradiciones que son propias, eso les da seguridad de sus conocimientos; pero hay áreas en las que si se tiene que realizar la capacitación y con ello mantenerse innovado y actualizándose en sus

conocimientos, para afrontar el constante dinamismo de la actividad turística.

7.- ¿Cree que mediante la capacitación podrá mejorar el rendimiento de la prestación de sus servicio?

Del 100% de los encuestados manifiestan que mediante la capacitación constante si se mejora al momento de atenderle a un turista, ya que la capacitación es un medio para mejorar y adquirir más conocimientos, sobre todo que el turista de hoy en día es más exigente, y por otro lado opinan que la tecnología es un factor que influye mucho, por lo que hay que estar actualizándose.

8.- ¿Cree que la falta de capacitación provoca un retraso en el desarrollo en el turismo comunitario?

El 100% responde que la falta de capacitación es el principal factor que influye, y por ello quizá muchos negocios no han funcionado o no se han desarrollado correctamente; en este sentido opinan que ya han tenido inconvenientes, ya que ellos no han recibido capacitación durante mucho tiempo, por lo que manifiestan que en otras temáticas sociales no están muy aptos al para atender las necesidades como el turista requiere.

9.- ¿Existe buena relación entre Ud. Y sus colaboradores?

En lo que se refiere a esta pregunta, el 100% de los encuestados manifiestan que existe una muy buena relación con sus colaboradores de las comunidades.

10.- ¿En el futuro al recibir capacitación en que horarios le gustaría recibir la misma?

Con respecto a la pregunta planteada, manifiestan que una sola hora al día de capacitación no será suficiente, ya que les llevara más tiempo para desarrollar la misma; más bien están de acuerdo recibir 5 horas al día, eso a ellos les facilita, y la capacitación se culminara en un tiempo más corto; una opción ajustable puede ser de 14h00 a 19h00, el 33.33% que corresponde a 2 personas, que no están de acuerdo con este horario, mientras que el 66.66% que es la mayoría, opina que están de acuerdo al horario, esto les facilita a realizar sus actividades en el día, para en la tarde dedicarse su tiempo al proceso de capacitación.

11.- ¿Existen días especiales para recibir un curso de capacitación?

El 33.33% manifiesta o más bien están de acuerdo a someterse a capacitación el inicio de semana; mientras que el 66.66% opina lo contrario, ya que a ellos se les facilita esos días, incluso los sábados que no tienen ninguna actividad.

12.- ¿En qué lugar le gustaría recibir la capacitación?

Tres personas, que representa al 50% de los encuestados manifiesta, que la capacitación se debe de realizar en la comunidad, ya que a ellos se les facilita; porque salir a otras ciudades se necesita más tiempo, y dinero; mientras que el 33.33% manifiesta que les gustaría tener la capacitación en

la ciudad de Saraguro, ya que aquí existe lugares amplios y eso facilita para la capacitación; y por otro lado existe una persona que está de acuerdo salir a la ciudad de Loja para capacitarse, ya que en este escenario, existen mucha más facilidad, tanto de logística, infraestructura, y personal muy capacitado en estos temas de turismo para realizar tal evento.

13.- ¿Cuentan con recursos asignados o estructurados para satisfacer un plan de capacitación?

En lo que se refiere a esta pregunta, los encuestados, manifiestan que no tienen los recursos necesarios para realizar dicha capacitación, que esta capacitación se debe dar por propia autogestión; pero también opinan que los organismos estatales, son los encargados de realizar esta cuestión, particularmente del Ministerio de Turismo, pero claro, que están conscientes de que deben de emprender propuestas, para presentar a estos organismos, y así se dé la capacitación.

14.- ¿En qué áreas considera más importante la capacitación para mejorar el servicio que ofrece el Turismo Comunitario?

En lo que concierne a la respuesta de esta pregunta, todas las personas están de acuerdo, a capacitarse en las temáticas propuestas, en la presente encuesta.

Ya que los temas planteados son de mucho interés y los más utilizados en las actividades turísticas.

Lo cual permitió identificar las necesidades y requerimientos que tienen las dos comunidades en estudio, y a la vez definir los temas que se desarrollaran en el manual de capacitación.

Las temáticas son las siguientes:

- ✓ Atención al cliente.
- ✓ Hospitalidad.
- ✓ Seguridad Alimentaria.
- ✓ Manipulación de Alimentos.
- ✓ Técnicas de guianza.
- ✓ Inglés Turístico.
- ✓ Relaciones humanas.
- ✓ Desarrollo Interpersonal.

Encuesta a los Turistas, para detectar las necesidades de capacitación en los prestadores de servicio de turismo Comunitario de las comunidades de Oñacapac y Lagunas.

Se aplicó por otra parte un total de seis encuestas; a turistas extranjeros consumidores de los servicios de Turismo Comunitario en las dos comunidades en estudios. Con los resultados obtenidos de las encuestas se detalla la siguiente interpretación de datos.

1.- ¿Con qué frecuencia Ud. Visita Saraguro?

De las 6 personas que representan el 100%, de las cuales, existen 3 turistas que manifiestan que visitan Saraguro una vez al año, dos turistas que no

contestan la pregunta planteada, y por último un turista que manifiesta que visita Saraguro rara vez.

2.- ¿A través de qué medios Ud. Conoció los servicios que ofertan dentro del turismo Comunitario en Saraguro?

El 66.66% que representa la mayoría, de los turistas encuestados dicen que, conocieron los servicios que oferta Saraguro como turismo comunitario, a través del internet, mientras que el 33.33% lo hicieron a través de la operadora de turismo. Saraurku.

3.- ¿Cómo fue su experiencia durante su estadía?

En respuesta a esta pregunta el 66.66% opina que su experiencia vivida, dentro del turismo Comunitario en Saraguro, fue satisfactoria; por otro lado el 33.33% manifiesta, que los servicios prestados fue regular; por lo que se deduce, que dentro de la actividad de turismo comunitario en Saraguro existe una debilidad, que se debe mejorar.

4.- ¿Cree que los prestadores de servicios de turismo comunitario necesitan capacitación?

El 100% de los turistas encuestados manifiesta que los prestadores de servicios de turismo comunitario si necesitan una capacitación, para mejorar los servicios que ofertan dentro de este proceso.

5.- ¿En qué áreas Ud. Considera que necesitan capacitarse?

De acuerdo a las respuestas de los turistas, el 38.46% opinan que se debe de capacitar en el tema de inglés que es una cifra alta, por lo que se debe emprender acciones para solventar esta debilidad; seguido del 30.77% manifiesta que el tema de atención al cliente hay que capacitarse para mejorar el servicio y atención; en lo que se refiere el tema de Hospitalidad y relaciones humanas, aparecen con un mismo porcentaje (15.38%). Estos son los 4 temas que los prestadores de servicios de turismo comunitario en Saraguro se debe de capacitarse, y así ofertar un buen servicio, y atención a los clientes.

- ✓ Atención al cliente.
- ✓ Hospitalidad.
- ✓ Relaciones Humanas.
- ✓ Inglés Turístico.

En general mediante la interpretación de todos los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio de turismo comunitario; se determina que para lograr la integración comunal, están de acuerdo en recibir capacitación técnica además para fortalecer las actividades, en periodos establecidos de forma semestral ya que en otras fechas se preparan para la celebración de los Raymis, aunque ven conveniente capacitaciones trimestrales pero los recursos es una limitante para satisfacer planes de capacitación.

Por otra parte se puntualizó que algunos de los prestadores de servicio de turismo comunitario, han participado en congresos y capacitación fuera de la comunidad pero cubriendo sus propios gastos, mientras que algunas familias se sienten seguros de realizar el turismo comunitario ya que se trata de sus propios rasgos culturales y actividades internas, pero consideran fundamental la capacitación para actualizar conocimientos en cuanto a tecnología, y necesidades que al turista requiere, ya que hoy en día es más dinámico y exigente, caso contrario se provoca un retraso en el desarrollo del turismo comunitario, por la mala atención brindada por desconocimiento.

La mayoría de las personas de las comunidades que actualmente integran la Red de Turismo Comunitario han notado que las actividades que se han venido desarrollando están debilitándose debido a fenómenos naturales, y también porque se dedican a otras actividades agrícolas ganaderas.

Dentro del campo de la capacitación y formación turística y profesionalización de gestores y personal técnico para el turismo comunitario, con sustento en la normativa que rigen las horas de capacitación que financiaran y brindaran los organismos gubernamentales como el Ministerio de Turismo (MINTUR), por lo que se estima conveniente estructurar el plan de capacitación de Miércoles a Sábado en horario de 15H00 a 20H00 en las instalaciones de la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros (FIIS) integrando a las comunidades inmersas.

Además en la entrevista y encuestas aplicadas se consensuó las áreas de capacitación propuestas y las necesidades requeridas por los prestadores e involucrados en los servicios de Turismo comunitario.

6.2.3. PROPUESTA.

Para dar cumplimiento al segundo objetivo.

Estructurar un manual de capacitación periódica enfocada al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación, para mejorar la calidad en la prestación de servicios.

6.2.3.1. Tema.

Estructurar un manual de capacitación periódica enfocada al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación, para mejorar la calidad en la prestación de servicios.

6.2.3.2. Justificación

El medio turístico y la compleja competencia exige la capacitación constante del recurso humano, particularmente en las áreas donde existe un contacto directo con el cliente, previo al diagnóstico se pudo determinar que la

capacitación es carente, por lo que se plantea un programa de capacitación constante con el fin de mejorar la calidad de atención y servicio al cliente.

El plan de capacitación conjuntamente con el manual estructurado busca contribuir de manera fundamental a la actualización de conocimientos y técnicas básicas encaminadas al disfrute y el goce de las actividades programadas en las comunidades al momento de recibir a los grupos de turistas, de una forma dinámica e interesante durante el intercambio de experiencias y culturas.

6.2.3.3. Introducción.

El Turismo Comunitario es una alternativa económica de las comunidades indígenas, propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender, revalorizar los recursos culturales, naturales, locales, además se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial alternativo por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una étnia o pueblo determinado.

Para llevar a cabo toda actividad ya sea turística, empresarial, educativa se requiere contar con un personal capacitado es por ello que el presente manual está enfocado a suplir las deficiencias de los prestadores de

servicios de Turismo Comunitario en las comunidades de Saraguro que están inmersas dentro de esta actividad.

El manual consta de varias temáticas; Atención al cliente mismo que se divide en tres capítulos atención al cliente, hospitalidad y relaciones humanas, encaminados a brindar un buen servicio al momento de recibir turistas; de la misma manera se considera más importante la alimentación, para ello se ha dividido en dos capítulos seguridad alimentaria y manipulación de alimentos con la finalidad de conocer algunas normas de higiene y el correcto uso de los alimentos; todo ello complementado con una dinamización de grupos de turistas durante la guianza turística para ello se estructuro técnicas de guianza e Idioma específicamente el idioma universal inglés turístico; todo esto conjugado con un desarrollo interpersonal para despejar nuevas ideas y emprendimientos.

Cada temática cuenta con objetivos ya que se pretende generar logros durante el proceso de capacitación, además ilustrado gráficamente con espacios para retroalimentación y con ello desarrollarlo de una forma más dinámica.

6.2.3.4. Objetivo general.

Para el año 2014, contar con un personal altamente capacitado para la atención y satisfacción del cliente.

6.2.3.5. Objetivos específicos.

- Determinar las principales temáticas encaminadas a la prestación de un excelente servicio, dentro del desarrollo de actividades turísticas en las comunidades de Saraguro.
- Concientizar a los participantes sobre las ventajas y riesgos que conlleva el desarrollo de actividades con diferentes tipologías de clientes o turistas.
- Explicar y detallar los conceptos de prácticas de higiene personal aplicables a manufacturas de alimentos.
- Manejar terminología básica del idioma inglés aplicada a actividades turísticas.

6.2.3.6. Desarrollo de la propuesta.

La capacitación del talento humano es una herramienta valiosa para el crecimiento de toda organización social y con ello poder brindar servicios específicos y de buena calidad, por eso se ha creído conveniente desarrollar dentro del presente trabajo investigativo una propuesta que está enmarcada en estructurar un manual de capacitación orientado al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación.

El manual consta de 5 cartillas elaboradas por separado en donde se abordara diferentes temáticas las mismas que están divididas por capítulos para una mejor comprensión de los contenidos, además se consideró implementar talleres en donde el participante podrá desarrollar actividades que ya estudiaron a lo largo de cada capítulo, y con ello brindar una retroalimentación para fortalecer algunos puntos que se requieran.

El tamaño de las cartillas es A4 ilustrado gráficamente acorde a las temáticas y con enfoque al área de estudio, para dinamizar el desarrollo de las mismas, la portada de cada cartilla por anverso y reverso es full color y de un material plastificado resistente al agua, debido a las condiciones climáticas de Saraguro donde se desarrollara la capacitación.

Entre las temáticas tentativas propuestas y las necesidades requeridas por los prestadores e involucrados en los servicios de Turismo comunitario que se detectaron mediante las entrevistas y encuestas se consensuó que las áreas de capacitación serán las siguientes.

La duración de cada temática se ha distribuido en 32 y 40 horas incluida teoría y práctica, las mismas que se dividen para:

- ✓ Atención al cliente.
- ✓ Hospitalidad.
- ✓ Relaciones humanas.

Mientras que la duración de esta temática denominada alimentación que se divide en dos capítulos tendrá una duración de 40 horas incluida la teoría y práctica.

- ✓ Seguridad alimentaria.
- ✓ Manipulación de alimentos.

La duración de estas dos temáticas se ha distribuido 20 horas cada uno incluidas teoría y práctica.

- ✓ Técnicas de guianza
- ✓ Inglés Turístico

Finalmente la duración de esta temática será de 15 horas incluido teoría y práctica.

- ✓ Desarrollo Interpersonal

6.2.3.7. Políticas.

- ✓ Evaluar los resultados de la capacitación.
- ✓ Desarrollar retroalimentaciones constantes durante la capacitación para fortalecer algunos puntos frágiles identificados.
- ✓ Desglosar temas para una mejor comprensión.

6.2.3.8. Estrategia.

- ✓ El plan de capacitación debe constar de dos cursos de capacitación al año para las comunidades en estudio.

- ✓ Implementar buzones de sugerencias en los alojamientos comunitarios.

6.2.3.9. Tácticas.

- ✓ La duración de los cursos de capacitación tiene un total de 117 horas teórico-prácticas.
- ✓ Los horarios se establecen según la programación presentada en el plan de capacitación
- ✓ La capacitación será: Atención al cliente, Hospitalidad, Relaciones humanas, Seguridad alimentaria, Manipulación de alimentos, Técnicas de guianza, Inglés turístico y desarrollo interpersonal.

6.2.3.10. Costo.

La capacitación se brindará a las comunidades de Lagunas y Oñacapac mediante el apoyo económico y su personal profesional del Ministerio de Turismo.

Se ha definido los costos por hora de capacitación profesional de acuerdo las capacidades con las que cuentan los Ministerios para contratar profesionales con diferentes niveles de formación académica, ya sean ingenieros, o especializados en las temáticas a impartir.

Los costos van desde veinte dólares americanos hasta cincuenta dólares americanos por hora de capacitación.

El siguiente cuadro se lo ha estimado con un costo de \$ 20 por hora capacitada.

Cuadro N° 13 costos de capacitación.

TEMAS	COSTOS/ HORA	TOTAL
Atención al cliente	\$ 20*10 h.	= \$ 200.00
Hospitalidad	\$ 20*11 h.	= \$ 220.00
Relaciones humanas	\$ 20*11 h.	= \$ 220.00
Seguridad alimentaria	\$ 20*20 h.	= \$ 400.00
Manipulación de alimentos	\$ 20*20 h.	= \$ 400.00
Técnicas de guianza	\$ 20*10 h.	= \$ 200.00
Inglés Turístico	\$ 20*20 h.	= \$ 400 .00
Desarrollo Interpersonal	\$ 20*15 h.	= \$ 300.00
TOTAL	117 horas	\$ 2340

Fuente: Corporación de servicios turísticos (CORPTUR).

Elaboración: Los Autores.

Total semestral: \$ 2240x 2 veces al año = \$4,680.00

6.2.3.11. Financiamiento.

Para determinar el financiamiento del plan de capacitación se tomó en cuenta los alcances logrados en el proyecto mediante gestión y convenios acordados entre las comunidades y el Ministerio de Turismo, mismo que brindará el apoyo logístico y el financiamiento para desarrollar la capacitación a las comunidades de Lagunas y Oñacapac.

6.2.3.12. Responsables:

- Presidente de la Red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy.
- Autores del proyecto.

Cuadro N° 14 Plan de Capacitación para las comunidades de Lagunas y Oñacpac

Nº	TEMÁTICAS	# HORAS	DÍAS	RESPONSABLE	LUGAR	HORARIO	# PARTICIPANTES	Valor \$
CAP. 1	Atención al Cliente	(10h)	Miércoles y jueves	Ministerio de Turismo	Salón de la federación interprovincial de indígenas Saraguros	15:00 20h00	15	200.00
CAP. 2	Hospitalidad	(11H)	Viernes y Sábado	Ministerio de Turismo	Salón de la federación interprovincial de indígenas Saraguros	15:00 20h00	15	220.00
CAP. 3	Relaciones Humanas	(11H)	Miércoles y Jueves	Ministerio de Turismo	Salón de la federación interprovincial de indígenas Saraguros	15:00 20h00	15	220.00
CAP. 1	Seguridad Alimentaria	(20H)	Viernes, Sábado, Miércoles y Jueves	Ministerio de Turismo	Salón de la federación interprovincial de indígenas Saraguros	15:00 20h00	15	400.00

CAP. 2	Manipulación de alimentos	(20H)	Viernes, Sábado, Miércoles y Jueves	Ministerio de Turismo	Salón de la federación interprovincial de indígenas Saraguros	15:00 20h00	15	400.00
CAP. 1	Técnicas de guianza	(10H)	Viernes y Sábado	Ministerio de Turismo	Salón de la federación interprovincial de indígenas Saraguros	15:00 20h00	15	200.00
CAP. 2	Inglés Turístico	(20H)	Miércoles, Jueves, y Viernes	Ministerio de Turismo	Salón de la federación interprovincial de indígenas Saraguros	15:00 20h00	15	400.00
CAP. 1	Desarrollo Interpersonal	(15H)	Miércoles, Jueves, y Viernes	Ministerio de Inclusión Económica y Social	Salón de la federación interprovincial de indígenas Saraguros	15:00 20h00	15	300.00
		SUBTOTAL (semestre)						\$ 2340.00
		TOTAL ANUAL(dos veces al año)						\$4680.00

Fuente: Recopilación Bibliográfica.

Elaboración: Los Autores.

7. DISCUSIÓN.

7.1. Discusión de la propuesta.

La capacitación del talento humano es una herramienta valiosa para el crecimiento de toda organización social y con ello poder brindar servicios específicos y de buena calidad, por eso se ha creído conveniente desarrollar dentro del presente trabajo investigativo una propuesta que está enmarcada en estructurar un manual de capacitación orientado al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación.

El manual consta de 5 cartillas elaboradas por separado en donde se abordara diferentes temáticas las mismas que están divididas por capítulos para una mejor comprensión de los contenidos, además se consideró implementar talleres en donde el participante podrá desarrollar actividades que ya estudiaron a lo largo de cada capítulo, y con ello brindar una retroalimentación para fortalecer algunos puntos que se requieran.

El tamaño de las cartillas es A4 ilustrado gráficamente acorde a las temáticas y con enfoque al área de estudio, para dinamizar el desarrollo de las mismas, la portada de cada cartilla por anverso y reverso es full color y de un material plastificado resistente al agua, debido a las condiciones climáticas de Saraguro donde se desarrollara la capacitación.

Entre las temáticas tentativas propuestas y las necesidades requeridas por los prestadores e involucrados en los servicios de Turismo comunitario que

se detectaron mediante las entrevistas y encuestas se consensuó que las áreas de capacitación serán las siguientes.

La duración de cada temática se ha distribuido en 32 y 40 horas incluida teoría y práctica, las mismas que se dividen para:

- ✓ Atención al cliente.
- ✓ Hospitalidad.
- ✓ Relaciones humanas.

Mientras que la duración de esta temática denominada alimentación que se divide en dos capítulos tendrá una duración de 40 horas incluida la teoría y práctica.

- ✓ Seguridad alimentaria.
- ✓ Manipulación de alimentos.

La duración de estas dos temáticas se ha distribuido 20 horas cada una incluidas teoría y práctica.

- ✓ Técnicas de guianza.
- ✓ Inglés Turístico.

Finalmente la duración de esta temática será de 15 horas incluido teoría y práctica.

- ✓ Desarrollo Interpersonal.

7.2. DISEÑO DE LOS MANUALES.

Cuadro N°15 Planificación y costos.

N°	Tema	Total horas	N° Horas Teóricas	N° Horas Practicas	Valor \$	Logística	Total
1	Atención al Cliente	10	8	2	\$200.00	\$50	\$250,00
2	Hospitalidad	11	8	3	\$220.00	\$50	\$270,00
3	Relaciones Humanas	11	8	3	\$220.00	\$50	\$270,00
4	Seguridad Alimentaria	20	15	5	\$400.00	\$50	\$450,00
5	Manipulación de alimentos	20	15	5	\$400.00	\$50	\$450,00
6	Técnicas de guianza	10	6	4	\$200.00	\$50	\$250,00
7	Ingles Turístico	20	17	3	\$300.00	\$50	\$350,00
8	Desarrollo Interpersonal	15	13	2	\$300	\$50	\$350,00
TOTAL							\$2640,00

Fuente: Recopilación Bibliográfica.

Elaboración: Los Autores.

NOTA: En este cuadro está incluido los costos de plan de capacitación antes mencionado, incluido la logística para su desarrollo correspondiente a un semestre.



MANUAL DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL PARA EL SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO

ATENCIÓN AL CLIENTE



**DIRIGIDO A PRESTADORES DE SERVICIOS DE TURISMO
COMUNITARIO EN SARAGURO**

MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA

AUTORES

Mauricio Cartuche Sarango

Yerovi Saritama Carrión

POSTULANTES A INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene.

DIRECTORA Y REVISIÓN DE TEXTOS

Mauricio Cartuche

Yerovi Saritama

DISEÑO Y ELABORACIÓN

Loja, Febrero de 2013

CIUDAD Y AÑO DE PUBLICACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

INDICE DE CONTENIDOS

Introducción	115
La Acogida	116
Saludar	116
Como saludar	117
La despedida	117
La recepción del cliente	118
Las normas de cortesía con el cliente	118
La comunicación con el cliente	119
La atención telefónica.....	119
El teléfono móvil	120
Tipos de clientes	120
Hospitalidad	125
Presentación	125
Concepto de hospitalidad	126
Elementos que reflejan la hospitalidad	126
Relaciones humanas	128
concepto	128
Importancia	129
Autoestima.....	129
Niveles de autoestima	130
Madurez emocional	131
Las RRHH en la comunidad	132
Que es comunidad	132
Tipologías de individuos	132
Que es un líder	133
Los estilos de liderazgo	134
Procesos de comunicación	134
Factores que distorsionan la comunicación	135

ATENCIÓN AL CLIENTE

OBJETIVO

Dar soporte y apoyo en aspectos relacionados con servicio al cliente.

INTRODUCCIÓN

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Si la comunidad no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades comunitarias. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

El presente curso taller está dirigido a prestadores de servicios de turismo comunitario en Saraguro específicamente a las comunidades de Lagunas y Oñacpac, se desarrollará dentro 32 hora, teórico prácticas, para una mejor comprensión se ha dividido en tres capítulos: Atención al Cliente, Hospitalidad y Relaciones Humanas; dentro de las mismas existen actividades para autoevaluar el aprendizaje, y posterior a ello brindar retroalimentación.

LA ACOGIDA; SALUDAR, RECIBIR, DESPEDIR.

SALUDAR

Una grata acogida es clave en el proceso de venta.

Saludar es un gesto de cortesía y una demostración de amabilidad y cordialidad.



Sonrisa + saludo + ofrecimiento a ayudar



Sonrisa + Buenos días + Necesita que le atiendan?

¿Puedo ayudarle?

¿En qué puedo ayudarle?

Sin embargo el familiar “hola” debería reservarse para aquellas ocasiones en que exista un cierto grado de confianza, y éste suele ser un error frecuente en el trato al cliente.

SALUDAR CON LA MANO

En un comercio no es habitual que los empleados den la mano al saludar (de hecho ese exceso de atención puede crear recelo en el cliente). Estrechar la mano es más propio de circunstancias en las que recibimos a proveedores o comerciales con los que vamos a gestionar acto seguido. En este caso se debe emplear un **apretón de manos firme y breve** (una mano blanda se interpreta como “desinterés “por nuestra parte).



SI Breve y firme.



NO Flácida, refleja desinterés.

CÓMO SALUDAR

Saludar es la suma de palabras y gestos

Estamos obligados a:

Mostrar cordialidad.

Mirar simultáneamente a los ojos.

Ofrecer una sonrisa y un gesto afables;



De nada sirve un “buenos días” si se emplea con gesto agrio, tono de voz seco, sin apenas mirar al cliente. Estos gestos evidenciarían que no nos agrada su presencia.

Utilice una postura de respeto al dirigirse al cliente; (no podemos permanecer sentados, apoyados ni excesivamente relajados).

Cuando se ha llegado a una confianza suficiente podremos tutear, pero en cualquier caso, esperemos que sea el cliente quien proponga el tuteo.

TAN IMPORTANTE ES RECIBIR COMO DESPEDIR CORRECTAMENTE

No debemos descuidar la despedida; Es el último eslabón de la atención al cliente y la última impresión que se llevará de la comunidad.



Acompañarle hasta la salida.

Facilitarle la apertura de la puerta, especialmente si tiene dificultades.

Despedirse correctamente.

Un “Adiós, muchas gracias” acompañado de una actitud cordial sería una perfecta despedida.

LA RECEPCIÓN DEL CLIENTE

Rapidez.- Efectividad, buenos tiempos de entrega y respuesta.

Buen servicio.- Atención adaptada y personalizada al perfil del cliente.

Buena Comunicación con el cliente.-

Hacerse entender y entender al cliente.

Amabilidad.- Esa frase y detalle oportunos.

Respeto.- A todos por igual.

Atención individualizada “Buenos días señor...”,



LAS NORMAS DE CORTESÍA CON EL CLIENTE.



Para que las relaciones con los clientes, sean fructíferas y positivas, uno de los aspectos más importantes en el ámbito laboral es el Capital humano. Todos en la cadena de trabajadores deben dar muestras de educación y respeto.



LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

Sin duda... la eficacia de la comunicación depende tanto del que escucha como del que habla... pero para comunicarnos bien y de modo convincente con el público se debe tener en cuenta algunas consideraciones.

Practique la escucha activa. Deje que el cliente hable...el monólogo es una mala técnica.

Sea empático; muestre disposición a entenderle, póngase en el lugar del cliente.

Capte su atención e interés.

Use palabras sencillas, convincentes y creíbles.

No discuta con el cliente, no sirve de nada.

No ponga en duda la capacidad del cliente cuando hable con él

- Es preferible decir “¿me explico?”
- En lugar de ¿me entiende?



LA ATENCIÓN TELEFÓNICA

La satisfacción del Turista no está en manos de una sola persona sino de todas las que conforma la comunidad que están inmersas dentro de la actividad.

Emplee un tono profesional y directo pero con mucha amabilidad.

Al no haber comunicación visual, la voz se convierte en el único medio para transmitir nuestra imagen.

AL DESCOLGAR.

- ☺ Debe coger el teléfono antes de la 3ª llamada.
- ☺ Saludar cortésmente.
- ☺ Concentrarnos en esa llamada.



AL DESPEDIRSE

- ☺ Mantener una actitud amable.
- ☺ Agradecer la llamada.
- ☺ Despedirse correctamente.
- ☺ No colgar antes que el interlocutor lo haga.

EL TELÉFONO MÓVIL:



El móvil personal sólo debe utilizarse para atender cuestiones personales (si lo tiene abierto en su lugar de trabajo, utilícelo sólo en ausencia de clientes y nunca le dé prioridad).

TIPOS DE CLIENTES

El cliente polémico		
Rasgos característicos	Situaciones	Tratamiento
<ul style="list-style-type: none">- Provoca la discusión.- Pretende llevar siempre la razón.- Desconfía de las soluciones que le ofrecen.- Necesita una atención preferente.	<ul style="list-style-type: none">- Cuando no los atendemos de forma atenta o comprensiva.- Cuando hacemos perder su tiempo con retrasos o retrasos.- Si discutimos con ellos.- Si perciben que estamos inseguros.	<ul style="list-style-type: none">- Escuchar sus quejas con atención y sin interrupciones.- No discutir, adoptar una actitud amable, serena y tratar de tranquilizarlos.- Tratar de aclarar sus dudas.- Prestarles atención y que así lo perciban.

Ejemplo: Es el cliente que tiene dudas por no sabes transmitir una buena información, también son aquellas personas que les gusta la atención individualizada sin importar el resto del grupo.

Cliente sábelo todo		
Rasgos característicos	Situaciones	Tratamiento
<ul style="list-style-type: none"> - Cree que lo sabe todo. - Es muy orgulloso y quiere imponerse. - Actitud de superioridad. - A veces se muestra agresivo. - Exige mucha atención. - Es exigente, tiende a encontrar defectos en todo. 	<ul style="list-style-type: none"> - En situaciones críticas. - Cuando hay diferentes puntos de vista. 	<ul style="list-style-type: none"> - No quitarle la razón, ni discutir. - Mostrarle la solución de forma que no se ofenda, incluso haciéndole ver que él ha aportado con la idea. - Adoptar una actitud serena y atenta, pero no dejarse dominar.

Ejemplo: Cree que posee mejores conocimientos que las personas que lo atienden.

Cliente minucioso		
Rasgos característicos	Situaciones	Tratamiento
<ul style="list-style-type: none"> - Sabe lo que quiere y busca. - Es concreto y conciso, suele ser tajante. - Utiliza pocas palabras. - Exige respuestas concretas e información exacta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Situaciones que escapan a su control. - Cuando la información que recibe es escasa o deficiente. - Ante problemas de falta de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demostrar serenidad e interés. - Trato correcto y amable. - Dar respuestas precisas y concretas. - Demostrar eficacia y seguridad.

Ejemplo: Es aquel que analiza varios aspectos, y pide información detallada de cada cosa

Cliente Hablador		
Rasgos característicos	Situaciones	Tratamiento
<ul style="list-style-type: none"> - Amigable, hablador, sonriente, de los que se extiende en sus explicaciones y hasta 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando se les atiende con mucha preferencia, puede hacernos perder mucho más tiempo del 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser amables pero mantener la distancia, "ir al grano". - Mantener sobre ellos la

repite su discurso. - Seguridad aparente. Necesita que se esté pendiente de él. Puede llegar a ser pesado.	necesario de una visita.	iniciativa y el liderazgo de la conversación. - Evitar seguir todas sus bromas.
---	--------------------------	--

Ejemplo: Es un tipo de cliente amistoso, es muy repetitivo en sus conversas, actúa así cuando se le da mucha preferencia.

Cliente Indeciso		
Rasgos característicos	Situaciones	Tratamiento
<ul style="list-style-type: none"> - Tímido e inseguro. - Le cuesta decidirse. - Teme plantear claramente su petición o problema. - Intenta aplazar decisiones. - Quiere reflexionar. - Pide opiniones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando no nos relacionamos de forma amistosa. - Cuando se les da muchas opciones a elegir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Necesita más dedicación que otro cliente. - Animarle a que se plantee sus necesidades o quejas, para evitar que quede insatisfecho. - Inspirarle confianza y seguridad. - Aceptar sus puntos de vista. - Orientarle de forma muy concreta sobre la mejor opción - Pocas alternas

Ejemplo: Es un cliente inseguro, no puede elegir de forma fácil varias opciones.

Cliente Grosero		
Rasgos característicos	Situaciones	Tratamiento
<ul style="list-style-type: none"> - Permanente mal humor. - Discute con facilidad. - Dominante y agresivo. - Ofensivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ante cualquier punto de vista diferente al suyo. - Siempre que considere (y es muy a menudo) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser corteses diga lo que diga (recuerde la actitud asertiva) - Eludir su grosería no dándonos por aludidos.

	que no se le trate bien.	- Argumentar sin hacer caso de sus provocaciones.
--	--------------------------	---

Ejemplo: Agrede y no acepta opiniones diferentes a las tuyas.

Cliente Impulsivo		
Rasgos característicos	Situaciones	Tratamiento
<ul style="list-style-type: none"> - Cambia continuamente de opinión. - Es impaciente, superficial y emotivo. - No se concreta y fácil que dé marcha atrás cuando parecía dispuesto a cerrar la compra. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ante situaciones que le hacen pensar. - Cuando tiene varias opciones donde elegir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demostrar firmeza. - Argumentar de forma breve y concisa. - Actuar con rapidez.

Ejemplo: Es un tipo de cliente al cual hay que tratar con paciencia.

Cliente Desconfiado		
Rasgos característicos	Situaciones	Tratamiento
<ul style="list-style-type: none"> - Duda de todo y todos. - Rechaza hasta los argumentos más lógicos. - Trata de dominar al interlocutor. - No reflexiona. - Es susceptible, y le pone faltas a todo busca realidad, no falsas ofertas 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando cree que se le ha dado información incompleta. - Cuando piensa que no se confía en él. - Ante el incumplimiento de acuerdos. - Cuando se muestra debilidad. - Cuando siente que es tratado de forma injusta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conservar la calma y respetar las ideas. - Buscar puntos comunes, que le den desconfianza de nosotros. - No mostrarse insistente ni discutir. - No afirmar nada que no podamos demostrarle. - Darle la razón siempre que la tenga.

Ejemplo: Este tipo de cliente busca realidad, no falsas ofertas

ACTIVIDADES

AL FINALIZAR LA ACTIVIDAD

De forma personal en breves palabras describa:

Como saludar al cliente?

Como despedirse correctamente del cliente

Como actuar durante la recepción del cliente

Reunirse grupos y dramatizar los diferentes tipos de clientes y como actuar frente a ellos

HOSPITALIDAD



OBJETIVO

Fortalecer en atención al cliente, apegándose a las políticas, técnicas y procesos de trabajo, de la comunidad.

PRESENTACIÓN

El proceso del Turismo comienza desde la decisión de realizar un viaje hasta que el turista regresa a su residencia habitual, en este proceso se ven involucradas un grupo de entidades que van a proveer al visitante de todos los servicios que requiere. Es importante tomar en consideración que a pesar de que el origen del término ubica la hospitalidad solo en las entidades de alojamiento y restauración.

Hacer sentir a la persona bien, no es solo responsabilidad de la camarera o el dependiente gastronómico, los miembros de la comunidad, o en una Agencia de Información también se deben tomar en cuenta elementos relacionados con el buen trato la cortesía, el respeto.

Concepto de hospitalidad

Hospitalidad es la cualidad de acoger y agasajar con amabilidad y generosidad a los invitados, a turistas y a los extraños.

“Hospitalidad” se traduce del griego *fi·lo·xe·ní·a*, que significa literalmente “amor (afecto o bondad) a los extraños”.¹ En latín *hospitare*, significa "recibir como invitado". Existen algunas palabras con raíces latinas que están estrechamente relacionadas como hospital, hospicio y hostel.

Elementos que reflejan la hospitalidad en el turismo.



Acogida Grata: Expresión relajada y sonriente del que recibe, palabras amables de bienvenida: Pase le estamos muy agradecidos por habernos escogido.

Amabilidad: La frase oportuna en el momento oportuno, mirar a los ojos del cliente.

Anfitrión: Es la persona que tiene invitados en su casa, pueden ser turistas, además tratarlos con afecto y alegría.



Ayuda: El cliente siempre necesita nuestra ayuda y nosotros debemos prestársela con generosidad, profesionalidad y amabilidad. Por ejemplo siempre decir la frase “Le acompaño”

Compartir: queremos ofrecerles lo mejor de nuestras instalaciones, así mismo las actividades vivenciales a las que se dedican.

Valor agregado: Son detalles que se ofrece a un turista en algún momento oportuno o situación especial que el cliente tenga, por ejemplo una flor por su cumpleaños.

Familiaridad: Procure que se sienta como en su casa. Brinde un ambiente de familiaridad que le hagan sentirse a gusto, seguro y confiado.

Huésped: Es toda aquella persona que visita determinados lugares y pernocta en ellos.

Seguridad: Tranquilidad, confianza como en casa, no se preocupe por su descanso.

ACTIVIDAD

RECUERDE

La Hospitalidad es: _____

Los Huéspedes son: _____

La seguridad es: _____

Cuando brindar un valor agregado _____

RELACIONES HUMANAS



OBJETIVO

Coadyuvar a la actividad de Turismo Comunitario, mediante el buen uso y manejo de las Relaciones Humanas con sus colaboradores y clientes, de forma que lo conduzcan al éxito.

LAS RELACIONES HUMANAS



¿Qué son las relaciones humanas?

Las Relaciones Humanas son el proceso de interrelación y de comunicación de un individuo con otros dentro de una sociedad. Puede considerarse un acto permanente desde la aparición del hombre sobre la tierra hasta nuestros días.

Las RELACIONES HUMANAS, consiste en llevarse bien con los demás.



Nos genera simpatía, solidaridad social, fortalece la confianza, Brinda seguridad a uno mismo y a los demás.

Las “malas relaciones humanas” nos llevan a todo lo contrario, es decir:



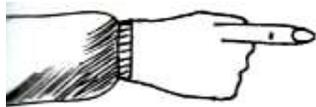
Desintegración del grupo.

Incomprensión.

Discordia, y fracaso.

IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES HUMANAS

Las relaciones humanas son de vital importancia, porque bien llevadas están dirigidas a la convivencia armónica; esto es comprensible, pues la razón primera del modo en que nos comunicamos, reside en nuestra actitud; sin embargo dentro de la filosofía de esa actitud, están presentes factores de índole social, vale decir, que esta tendencia o disposición a reaccionar de manera determinada ante diferentes estímulos, no responde exclusivamente a factores psicobiológicos, sino también sociales.



ESTAS SON LAS
CONDICIONES BÁSICAS
PARA TENER BUENAS
RELACIONES HUMANAS

AUTOESTIMA

Importancia de la autoestima

La importancia de la Autoestima para las Relaciones Humanas es básica y radica en que permite al ser humano desarrollar sus potencialidades.

El individuo de Autoestima alta está mejor dispuesto para su desempeño laboral, para la vida en comunidad, para obtener y disfrutar los bienes materiales y espirituales que sus logros le puedan brindar.

El individuo refleja satisfacción y su estado anímico es positivo.



Un estado emocional desagradable puede provocar palidez, llanto, sudoración, etc. El individuo refleja insatisfacción y su estado de ánimo es negativo.

NIVELES DE AUTOESTIMA

AUTOESTIMA ALTA

Refleja un alto grado de valoración.

Motivación por la consolidación de metas.

Activa la comunicación, permite crecer y aprender.

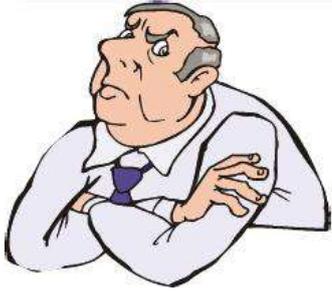


AUTOESTIMA MEDIA



Refleja pérdida momentánea de la motivación. El individuo presenta falta de espontaneidad en su comportamiento.

AUTOESTIMA BAJA



Refleja pérdida de la motivación. Autovaloración negativa. El individuo presenta estrés e incapacidad para decidir. Su estado anímico es negativo.

La baja autoestima puede afectar en la Comunicación, la salud mental, la calidad de vida profesional, el amor y la familia.



MADUREZ EMOCIONAL:

No se mide como la estatura en metro sino que se percibe en las actuaciones de las personas.

¿COMO PODEMOS MEDIRLA?

Se la puede medir cuando una persona presenta las siguientes características:
Es flexible ante situaciones de decisión grupal.

Acepta responsabilidad asignadas o encomendadas sin importar quien las de.

Expresa sus sentimientos en forma constructiva.

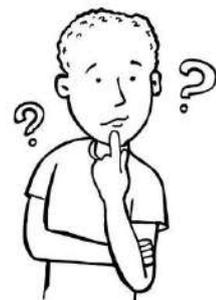
Es sensible a los sentimientos de los demás.

Recordemos que las relaciones humanas, se aprenden desde niño, en el trabajo y en la sociedad, a esto se llama aprendizaje social.

LAS RELACIONES HUMANAS = Necesidad Humana

Todas las personas se necesitan unas a otras.

Cuando estamos a gusto con otras personas es buena señal que somos personas sanas.



También tienen que ver con las necesidades y satisfacción en el trabajo.

LAS RELACIONES HUMANAS EN LA COMUNIDAD



Es la operación de cualquier tipo de actividad, que se da en una relación de unas personas con otras, ya sea cuando se hace una venta y se está en contacto con el cliente o cuando se da una indicación a los comuneros realizar determinadas actividades comunitarias.

¿QUE ES COMUNIDAD

Es un grupo de personas unidad capaces para llevar a cabo una tarea encomendada o escogida



por ellos mismos, es decir, para desempeñar una actividad a base de necesidades comunes para satisfacerlas.



Dentro de las actividades turísticas debemos lograr que las personas se desempeñen no como individuos, sino como grupo (en el caso del logro de una meta en común.)

En términos muy generales podemos clasificar a los individuos en tres tipos:

CONSTRUCTIVOS



Son individuos francos, amistosos con sentimientos y firmeza de propósito, capacidad de dissociar los intereses propios con los de la microempresa, cooperadores en actividades colectivas.

DESTRUCTIVOS



Son personas inexpertas y agresivas que sienten y actúan en función de sus propios intereses.

DEPENDIENTES



Son individuos aprendices y dependientes, que necesitan la amistad continua y reaseguradora. Se apoya en el grupo o se dejan llevar por él. Tienen a alejarse si no reciben apoyo.

Para tener éxito debemos evitar el desempeño de personas destructivas o dependientes, y estimular el desempeño de personas constructivas.



Para lograr todo esto yo debo ser un líder.

¿Qué es un líder?

Es una persona que tiene la capacidad de conducir a otros, en un proceso, que permitirá alcanzar un determinado objetivo, meta o propósito.

QUE SIGNIFICA SER LÍDER

Significa tener la capacidad para estar al frente de un grupo social y estar en representación del



mismo que además tiene un buen empleo de palabras, no de fuerza, para influir en los demás, líder.

LOS ESTILOS DE LIDERAZGO

1. Autocrático:



Autoritario, manifiesta control muy fuerte sobre el grupo.

2. Democrático: cooperativo, de estilo comunicativo, ayuda al grupo, es óptimo cuando los miembros del grupo son adultos.



Entonces ¿Cuál es el líder eficaz?

El que conoce a los empleados o a todos los miembros de un grupo social o comunidad, y hace lo posible por determinar qué es lo más importante para cada uno de ellos.

Procurar siempre escucharlos atenta y cuidadosamente.

Delegar responsabilidades en los detalles del trabajo.

Mantiene siempre bien informados a las personas inmersas en actividades de la comunidad

PROCESO DE COMUNICACIÓN

Concepto

La comunicación es el proceso a través del cual los seres humanos se interrelacionan mediante el uso del lenguaje verbal y corporal, para expresar emociones, sentimientos, ideas, pensamientos de sí mismos y del universo en el cual interactúan.

ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN



FACTORES QUE DISTORSIONAN LA COMUNICACIÓN

Las Barreras (Ruidos)

1. Físicas

Son aquellas que provienen del entorno y afectan el mensaje, al emisor y al receptor, generando una interrelación nula.



2. Psicológicas

Están referidas a todos aquellos factores personales, subjetivos que afectan el proceso de interrelación.

3. Semánticas

Se refieren a factores provenientes del mal uso del dialecto.



ACTIVIDADES

- Mediante la técnica del perfil biográfico realizar los papeles del cliente, y las personas que prestan los servicios.

Al finalizar la actividad

RECUERDE QUE?

- Las relaciones humanas nos sirven para

Una buena autoestima nos ayuda a

- La comunicación influye en

- Según lo aprendido de forma personal que son para usted las relaciones humanas



MANUAL DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL PARA EL SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO

ALIMENTACIÓN



DIRIGIDO A PRESTADORES DE SERVICIOS DE TURISMO
COMUNITARIO EN SARAGURO

MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA

AUTORES

Mauricio Cartuche Sarango

Yerovi Saritama Carrión

POSTULANTES A INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene.

DIRECTORA Y REVISIÓN DE TEXTOS

Mauricio Cartuche

Yerovi Saritama

DISEÑO Y ELABORACIÓN

Loja, Febrero de 2013

CIUDAD Y AÑO DE PUBLICACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

INDICE DE CONTENIDOS

Presentación	141
Que es la seguridad alimentaria	143
Pilares de la seguridad alimentaria	143
La cadena alimentaria	146
La etiqueta como factor de seguridad alimentaria	147
Higiene y conservación de alimentos	149
Factores que pueden afectar la seguridad de los alimentos	149
Almacenamiento de alimentos	150
Manejo y conservación de alimentos	151
Leche y productos lácteos.....	152
Carnes	152
Pescados y mariscos.....	152
Huevos	153
Verduras y hortalizas	153
Las frutas	153
Postres	154
Grasas y frituras	154
La higiene un factor esencial de la seguridad alimentaria	154
Higiene de la persona que cocina	155
Higiene de los instrumentos y utensilios	155
Como alimentarnos mejor	155
Valor nutricional de los productos locales de Saraguro	158
Manipulación de alimentos	163
Nociones generales	163
Enfermedades transmitidas por los alimentos	166
Alimento alterado	166
Alimento contaminados	166
Características de los ETA	167
Casos frecuentes de enfermedades transmitidas por alimentos	169
Prácticas correctas de higiene	173
Limpieza de piel y manos	173

Cabello, boca y fosas nasales	174
Ropa y efectos personales	174
Capacitación del personal	175
Enfermedades contagiosas	175
Malos hábitos.....	176
Limpieza y desinfección	176
Técnicas de limpieza	176
Control de plagas	177
Las 10 reglas de oro	177
Actividades	179

SEGURIDAD ALIMENTARIA



PRESENTACIÓN

Como personas inmersas en el campo del turismo tenemos que vigilar y actuar en todos los campos y áreas donde se desarrollan diferentes actividades turísticas es por ello que estamos convencidos de que una parte de los problemas que ocurre con los turistas es la Salud Alimentaria en particular, los cuales son generados por conductas inadecuadas en el manejo de los alimentos, expresada por la inobservancia de hábitos elementales de higiene personal y ambiental, hecho que facilita, propicia e incrementa la alteración y/o contaminación de los alimentos.

Estos malos hábitos, son factibles de modificar a través de una educación sanitaria permanente y sostenida sobre los sujetos de atención que son esencialmente los manipuladores y los consumidores como receptores del servicio.

Con el presente manual se pretende facilitar un instrumento didáctico con los conocimientos básicos para que los inspectores junto a otros profesionales del campo de la inocuidad alimentaria así como maestros y líderes comunitarios, coadyuden en la educación de los manipuladores de toda la cadena alimentaria.

Por otro lado los prestadores de servicio de Turismo Comunitario requieren un instrumento didáctico que permita la educación de los manipuladores de alimentos en toda la cadena alimentaria sobre higiene de los alimentos que ofrecen al turista.

Además está diseñado para brindar al participante pautas concretas que le permitan reflexionar sobre el desarrollo de su trabajo cotidiano, y una guía a la que podrá acudir siempre que considere necesario; además se establece las normas específicas de higiene para la elaboración, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación, venta, suministro con reparto o en máquinas expendedoras o en cualquier otro servicio de elaboración para el consumo humano.

Si manipulamos los alimentos siempre con las manos limpias y practicamos las normas higiénicas adecuadas evitaremos que nuestras familias, o nuestros clientes se puedan enfermar por consumir un alimento contaminado.

El presente curso taller está dirigido a prestadores de servicios de turismo comunitario en Saraguro específicamente a las comunidades de Lagunas y Oñacpac, se desarrollará dentro 40 horas, teórico prácticas, para una mejor comprensión se ha dividido en dos capítulos: seguridad alimentaria y manipulación de alimentos: dentro de las mismas existen actividades para autoevaluar el aprendizaje, y posterior a ello brindar retroalimentación.

OBJETIVOS

- Proporcionar a la práctica de alimentación de ámbito local, un instrumento para la capacitación de manipuladores de alimentos.
- Conocer las formas correctas de manipulación de alimentos para su adecuada preparación, conservación y consumo.
- Capacitar al manipulador de alimentos en las bases de las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).
- Concientizar a los manipuladores de su importancia dentro de la cadena alimentaria.
- Dotar a las comunidades de la presente guía

¿QUÉ ES LA SEGURIDAD ALIMENTARIA?

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). "Existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana.

CUÁLES SON LOS PILARES DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL?

Disponibilidad de los alimentos

Se refiere a la cantidad y variedad de alimentos, la podemos manejar a nivel del hogar, comunidad, municipio, departamento y nación. La disponibilidad considera la producción, importación, almacenamiento y ayuda alimentaria; además se deben tomar en cuenta las pérdidas post cosecha ocasionada por insectos y malas prácticas de almacenamiento, así como las exportaciones de alimentos.

Tenemos disponibilidad de alimentos cuando en nuestros hogares hay existencia de alimentos, por ejemplo cuando tenemos maíz y frijol, papa, etc. y podemos disponer de ellos para el consumo diario.

Acceso a los alimentos

El acceso a los alimentos considera la posibilidad que tienen los individuos o familias para adquirir los alimentos ya sea por medio de su capacidad para producirlos y/o comprarlos o mediante transferencias o donaciones, tomando en cuenta el acceso a los medios de producción como tierra, mano de obra, agua, insumos, conocimientos, tecnología, financiamiento, etc., así como el acceso a los alimentos disponibles en el mercado.

Consumo de los alimento

Es la capacidad de la población para decidir adecuadamente sobre la forma de seleccionar, almacenar, preparar, distribuir y consumir los alimentos a nivel individual, familiar, comunitario. El consumo de los alimentos está íntimamente relacionado con las costumbres, creencias, conocimientos, prácticas de alimentación y el nivel educativo de la población.

Utilización biológica de los alimentos

Utilización o aprovechamiento óptimo de los alimentos: Una persona depende de la condición de salud de su propio organismo para aprovechar al máximo todas las sustancias nutritivas que contienen los alimentos. Se refiere al estado de salud del individuo que le permita hacer una eficiente ingestión, absorción y utilización de los alimentos.

Desnutrición: Estado patológico resultante de una dieta deficiente en uno o varios nutrientes esenciales o de una mala asimilación de los alimentos.

Malnutrición: Estado patológico resultante del exceso o deficiencia de uno o varios nutrientes esenciales, así como de una mala asimilación de los alimentos.

Subnutrición: Cuando el individuo no cubre sus necesidades básicas de forma continua. Inseguridad alimentaria crónica, en la que la ingestión de alimentos no cubre las necesidades energéticas básicas de forma continua.

EL DERECHO A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

La Seguridad Alimentaria es un derecho reconocido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en cuyo artículo 25 expresamente se recoge “el derecho de las personas a un nivel de vida adecuado que les asegure... la salud y el bienestar y una alimentación suficiente y sana...”.

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 1. **Finalidad.**- Esta Ley tiene por objeto establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Art.3. **Deberes del Estado.**



a) Fomentar la producción

sostenible y sustentable de alimentos,

reorientando el modelo de desarrollo agroalimentario, que en el enfoque multisectorial de esta ley hace referencia a los recursos alimentarios provenientes de la agricultura, actividad pecuaria, pesca, acuicultura y de la recolección de productos de medios ecológicos naturales;

b) Establecer incentivos a la utilización productiva de la tierra, desincentivos para la falta de aprovechamiento o acaparamiento de tierras productivas y otros mecanismos de redistribución de la tierra;

c) Incentivar el consumo de alimentos sanos, nutritivos de origen agroecológico y orgánico, evitando en lo posible la expansión del monocultivo y la utilización de cultivos agroalimentarios en la producción de biocombustibles, priorizando siempre el consumo alimenticio nacional.

LA CADENA ALIMENTARIA

Producción primaria:

Agricultura, ganadería y pesca.

La producción primaria es el primer eslabón de la cadena y corresponde a la cría, producción o cultivo de los productos de la tierra, la ganadería, la caza y la pesca; es decir, la “materia prima”.



LOS CONSUMIDORES



Los consumidores somos el último eslabón de la cadena alimentaria y tenemos también importantes responsabilidades a la hora de garantizar la seguridad de los alimentos.

Desde el campo o el mar, y hasta que llegan a nuestra mesa, los alimentos pasan por una serie de etapas, todas ellas sometidas a controles para garantizar su seguridad. El conjunto de estas etapas se conoce como cadena alimentaria.

COMERCIALIZACIÓN O VENTA



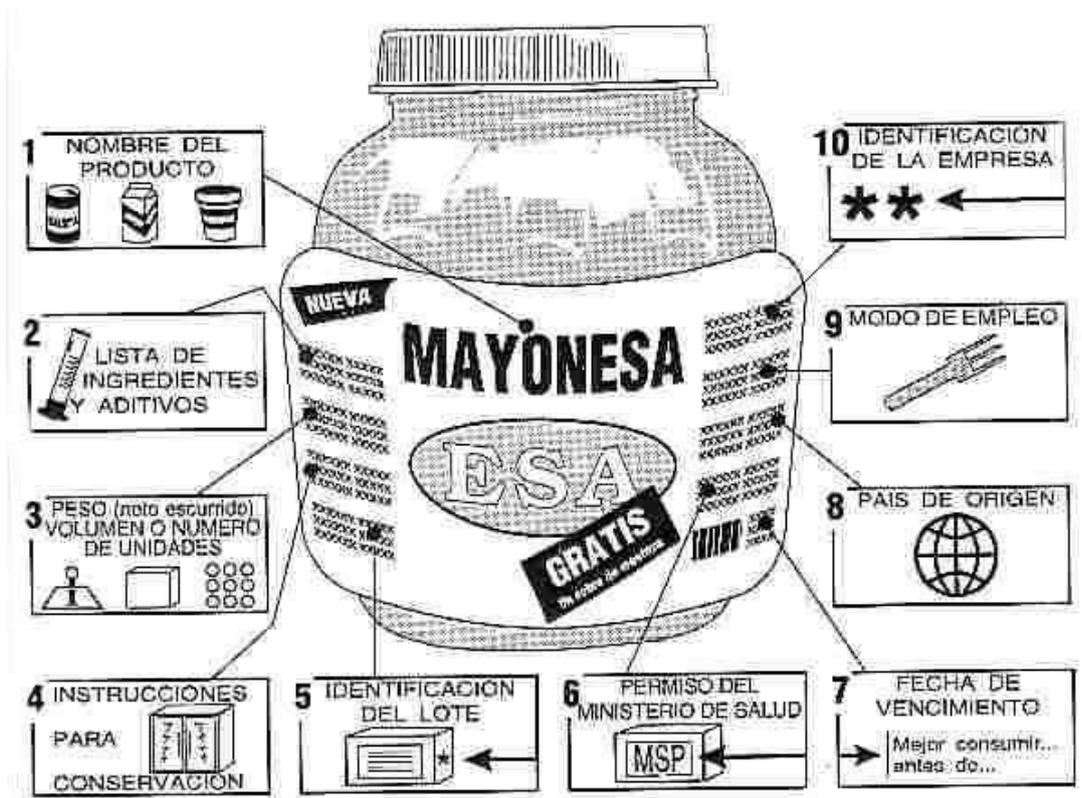
Los alimentos que prepara la industria, los adquirimos en tiendas, supermercados o hipermercados. Es el proceso de comercialización o venta.

Dentro de las comunidades los productos para la preparación de los alimentos son cultivados por las mismas familias comunitarias, por lo que son productos agroecológicos, sin la utilización de productos químicos, lo que los hace más saludables y nutritivos.

La Etiqueta como factor de Seguridad Alimentaria

La "etiqueta" es la parte fundamental del producto, porque sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto, también para cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas para cada industria o sector.

La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño, además conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño...), indicaciones para su uso o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento, entre otros datos de interés que dependen de las leyes o normativas vigentes para cada industria o sector.



Características Generales de la Etiqueta

- Debe ser adaptable al envase en tamaño, color, forma, etc.
- El material debe ser resistente para que perdure desde la salida del producto del almacén hasta llegar a las manos del consumidor final.
- Debe estar perfectamente adherida al producto o al empaque para evitar que se desprenda y genere confusión al pegarse accidentalmente en otro artículo.
- Debe contener la información en el formato exigido por las leyes, normativas o regulaciones del sector, si éstas hubiesen; caso contrario, deben incluir información que el cliente necesita para tomar decisiones adecuadas.
- Su diseño debe diferenciarlo de otros productos al mismo tiempo que capta la atención del público.
- De ninguna manera, debe contener información ambigua, incompleta, engañosa o falsa que induzca al consumidor al error.

- Debe incluir datos de contacto, como: teléfonos, fax, dirección, sitio web, número de línea gratuita de atención al cliente, etcétera; de tal manera, que el cliente sepa cómo comunicarse con el fabricante o distribuidor para expresar sus quejas, dudas o sugerencias.
- Dependiendo el caso, puede incluir un "plus" para el cliente, por ejemplo, consejos, tips, recetas, entre otros.

RECUERDE LAS ETIQUETAS APORTAN

Siempre	Mayoría de los casos	A veces
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del producto • Fabricante, envasador o vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes • Contenido neto en volumen o peso • Fecha de caducidad o consumo preferente • Número de lote 	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones de conservación • Modo de empleo • Propiedades nutritivas • Otras (etiquetado ecológico, calidad, etc.)

HIGIENE Y CONSERVACIÓN DE LOS ALIMENTOS

El gran desarrollo actual de la tecnología de los alimentos no ha podido impedir que se siga produciendo un gran número de infecciones e intoxicaciones de origen



alimentario. Dado que la mayoría de ellas tiene lugar fuera de las industrias y en el ámbito del hogar, como consecuencia de actuaciones inadecuadas, los comuneros deben poner en práctica hábitos correctos de higiene y seguridad en la compra, transporte, conservación, preparación y servicio de los alimentos.

FACTORES QUE PUEDEN AFECTAR A LA SEGURIDAD DE LOS ALIMENTOS

La contaminación de un alimento puede ser de naturaleza:

- Biológica. Es la producida por microorganismos (bacterias, virus,

parásitos). Su peligro radica en que generalmente estos agentes no alteran de manera visible los alimentos (cambios de color, olor o textura), por lo que no despiertan ninguna sospecha y pueden causar enfermedad.

- Química. Es la producida por sustancias químicas. Puede darse en el pescado como consecuencia de la contaminación del mar, y en las frutas y verduras cuando se hace un mal uso en la aplicación de los tratamientos fitosanitarios.
- Física. Suele darse por la presencia de sustancias extrañas al alimento: trozos de huesos, plumas, piedras, plásticos, grapas, maderas, cristales, etc.

Los micro organismos y la contaminación de los alimentos

El manejo inadecuado de los alimentos puede ocasionar su contaminación por microorganismos a través de:

Manos y uñas (manipular los alimentos con las manos sin lavar, especialmente después de ir al baño o de haber tocado alimentos crudos).

Toser y estornudar sobre ellos.

Paños o utensilios sucios, polvo, tierra, etc.

Agua, si no es potable.

Insectos que, al posarse sobre alimentos sin tapar, pueden contaminarlos.

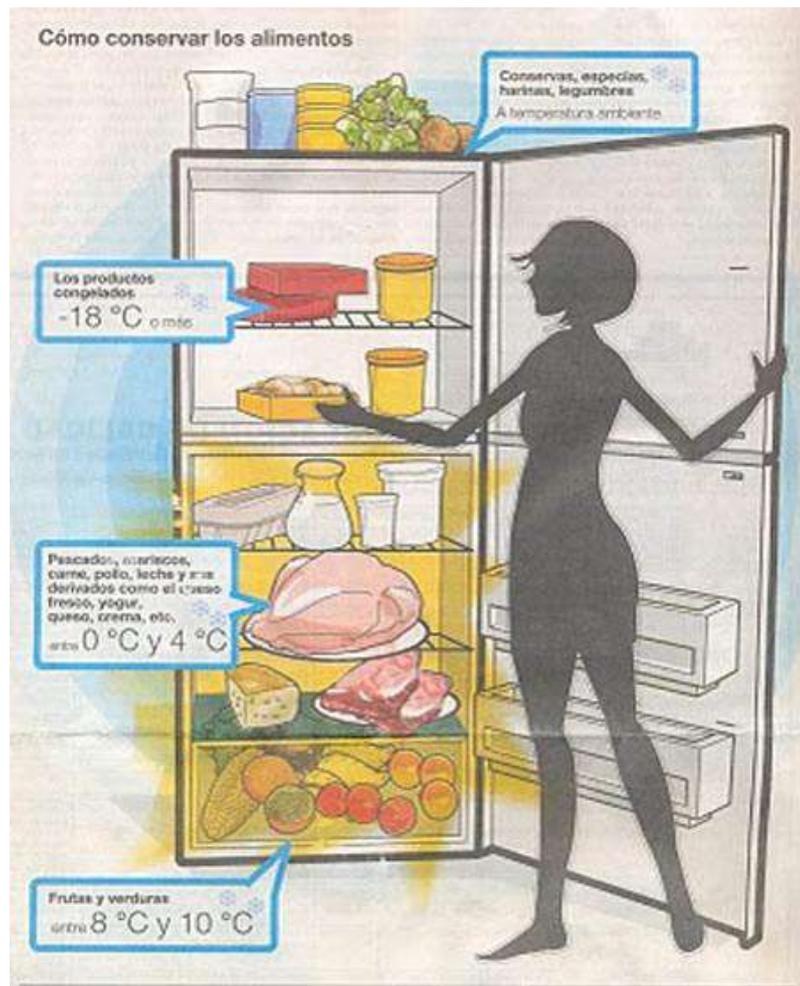


ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS



Los alimentos deben guardarse conforme a su categoría no perecederos en la despensa, en la mesa, perchas u otros lugares separados del suelo y evitar la humedad y el calor.

En el refrigerador, guardar alimentos perecederos o que duran poco expuestos al clima natural, como son pollo, pescado y carnes rojas.



MANEJO Y CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS PERECEDEROS



Leche y productos lácteos



La leche pasteurizada debe conservarse siempre en el refrigerador, así como cualquier otro tipo una vez abierto su envase, y consumirse en 48 horas. Yogures, quesos frescos y postres lácteos frescos deben mantenerse refrigerados y respetando la fecha de caducidad, y los helados en el congelador.

Carnes



La carne fresca se conservará en el frigorífico, intentando evitar que esté en contacto con su propio líquido. La carne es muy rica en nutrientes y en la medida en que se favorezca el medio húmedo tiene más posibilidades de deterioro y contaminación.

Las piezas enteras de carne se conservan más tiempo que los filetes o carnes troceadas y picadas (éstas deben consumirse cuanto antes). El tiempo de conservación depende de la frescura inicial, apreciable por el consumidor. Las carnes congeladas pueden conservarse durante varias semanas en buenas condiciones.

Pescados y mariscos



Deben guardarse en el frigorífico, limpios y tapados para evitar que transmitan olores a otros alimentos, y prepararlos, si son frescos, como máximo 48 horas después de su compra. Si son congelados, se seguirán las instrucciones que indique la etiqueta.

Huevos



Los huevos son un excelente alimento, pero, como todos los productos muy ricos en sustancias nutritivas, hay que manipularlos adecuadamente. Hay que conservarlos en el frigorífico, alejados de los alimentos que transmitan olores y sabores.

Verduras y hortalizas



Las verduras a guardar deben conservarse en el frigorífico. Antes de guardarlas hay que eliminar, si existieren, tierra, gusanos, caracolillos, etc, en el caso de las comunidades las verduras se cosechan antes de ser consumidas.

En la medida de lo posible hay que evitar poner en remojo los vegetales, ya que se pierden vitaminas por disolución en el agua. No obstante, ante la posibilidad de que hayan sido regadas con aguas contaminadas, las hortalizas que se consuman crudas se sumergirán durante 5 minutos en agua potable, añadiendo 10 gotas de lejía de uso alimentario por litro, lavándose después con abundante agua corriente.

Las frutas



Las frutas hay que lavarlas antes de servir las en la mesa y pelarlas para eliminar cualquier impureza que pueda llevar su piel.

Además que Las frutas y los zumos de frutas nos aportan agua, azúcares, vitaminas como la vitamina C y los carotenos; minerales como potasio y selenio; y fibra.

Pasteles, tartas y postres



Han de conservarse siempre en el refrigerador y han de ser consumidos en un plazo corto de tiempo (especialmente si llevan crema o nata), pues su riqueza en sustancias nutritivas favorece la alteración por los gérmenes.

Grasas y frituras



Las grasas sólidas mantequilla, margarina deben conservarse en el refrigerador tapadas, para evitar el crecimiento bacteriano y el enranciamiento y oxidación que les da color amarillo y sabor desagradable. Los aceites pueden conservarse a temperatura ambiente.

El aceite de oliva es la grasa más adecuada para freír, puesto que puede soportar temperaturas de hasta 180°C sin que afecten a su composición. Hay que evitar que el aceite alcance alta temperatura y humee, pues se pueden formar sustancias tóxicas. Tampoco deben mezclarse distintos tipos de aceite. Jamás reutilice los aceites ya quemados.

LA HIGIENE, UN FACTOR ESENCIAL EN LA SEGURIDAD ALIMENTARIA



Higiene de la persona que cocina o manipula los alimentos en casa.

En la cocina se debe llevar ropa limpia y el pelo recogido, las manos y uñas siempre limpias se lavarán con la frecuencia necesaria y quitarse anillos, pulseras y adornos.



Higiene de los instrumentos y utensilios



Todos los elementos que se utilicen en la preparación y manejo de alimentos deberán estar limpios. El papel de cocina es muy recomendable, pero si se utilizan paños deberán sustituirse con frecuencia, ya que la humedad y los

residuos de alimentos quedan en el tejido y constituyen un medio favorable para los gérmenes.

La formación de buenos hábitos alimentarios es un excelente instrumento para prevenir las enfermedades y promover la salud en las comunidades.

¿Cómo podemos alimentarnos mejor?

La mejor manera de alcanzar un estado nutricional adecuado es incorporar una amplia variedad de alimentos a nuestra dieta diaria y semanal.

¿Por qué es tan importante la variedad en nuestra alimentación?

Porque no existe un alimento que contenga todos los nutrientes esenciales para nuestro organismo. Así, cada alimento contribuye a nuestra nutrición de una manera especial y cada nutriente tiene funciones específicas en nue



cuerpo. Para gozar de buena salud, nuestro organismo necesita de todos ellos en cantidad adecuada.

Frutas



Las frutas y los zumos de frutas nos aportan agua, azúcares, vitaminas como la vitamina C y los carotenos; minerales como potasio y selenio; y fibra.

Es recomendable un consumo frecuente de frutas enteras, ya que los zumos aportan sólo vitaminas y minerales y carecen de la mayor parte de la fibra que aporta la fruta entera.

Verduras y hortalizas



Las verduras y hortalizas son una importante fuente de vitaminas, minerales, fibra y antioxidantes, por lo que es recomendable consumirlas diariamente, aprovechando la gran variedad de verduras que hay en nuestro medio.

La mejor manera de aprovechar todas sus vitaminas y minerales es tomarlas en crudo, solas o en ensalada. Al horno o a la plancha es otra deliciosa

opción. Si las hervimos, es conveniente aprovechar el agua para sopas o purés, porque en ella quedan muchos de los minerales de las verduras. Si las cocemos al vapor mantendremos la mayoría de los nutrientes.

Leche y derivados



Los lácteos (leche, leche fermentada, yogur fresco, quesos, natillas, etc.) son una importante fuente de proteínas de elevada calidad, lactosa, vitaminas (A, D, B2 y B12) y, principalmente, son una excelente fuente de calcio, mineral importantísimo para la

formación de huesos y dientes, así como para la prevención de la osteoporosis.

Deberíamos consumir de 2 a 4 raciones de lácteos al día, según nuestra edad y situación fisiológica (embarazo, lactancia, etc.).

Carnes y embutidos



La carne es una fuente importante de proteínas de alto valor biológico, de vitamina B12, hierro, potasio, fósforo y zinc.

Debido a su contenido en grasas saturadas, es muy importante elegir cortes magros de carne y retirar la

grasa visible antes de cocinar el alimento.

La carne contiene hierro de alta bio disponibilidad y, además, aumenta la absorción del hierro de cereales o legumbres. De esta manera, combinando dichos alimentos, podemos lograr un plato más nutritivo.

¿Son las carnes rojas más nutritivas que las blancas?

El color no afecta ni al valor nutritivo ni a la digestibilidad.

El color de la carne proviene de una proteína que contiene hierro (mioglobina).

Los embutidos grasos deben consumirse ocasionalmente,



ya que aportan gran cantidad de grasas saturadas, colesterol y sodio, que pueden afectar a nuestro sistema cardiovascular.

Frutos secos

La principal característica de los frutos secos es su alto contenido energético y su importante aporte de ácidos grasos insaturados y fibra.

Son una buena alternativa de proteínas y lípidos de origen vegetal.



El contenido en grasas de las almendras, avellanas, anacardos, piñones, pistachos y nueces es mayoritariamente de tipo insaturado, es decir, que ayuda a controlar los niveles de triglicéridos y colesterol en sangre.

Valor nutricional de los productos locales de Saraguro

Lechuga

La lechuga es un alimento rico en vitamina K 100 g. de esta verdura puede contener 113 g. de vitamina K.

Entre las propiedades nutricionales de la lechuga cabe destacar que tiene los siguientes nutrientes: hierro, proteínas, calcio, fibra, potasio, yodo, zinc, carbohidratos, magnesio, sodio vitamina A vitamina B1 vitamina B2 vitamina B3, vitamina B5, vitamina B6, vitamina B7, vitamina B9, vitamina C vitamina E, fósforo, grasa azúcar y purinas.

Papa

Cada 100 gramos contiene:

- 90 kcal
- 20 gramos de HIDRATOS DE CARBONO (en forma de almidón)
- Escasa cantidad de: proteínas de bajo valor biológico, grasa, sodio y fibra.

- 410 mg de Potasio (es una buena fuente pero hay pérdidas por cocción, por eso conviene hervirla o cocinarla entera y sin pelar)

Acelga: Cada 100 gramos: 25 kcal, 5 % de hidratos de carbono (despreciable cantidad de almidón y elevado contenido de fibra o celulosa) potasio.

Remolacha: Tiene cada 100 gramos: 43 kcal, 10% de hidratos de carbono (cantidad media de almidón y celulosa), potasio.

Coliflor: Tiene los siguientes nutrientes:

hierro, proteínas, calcio, fibra, potasio, yodo, zinc, carbohidratos, magnesio, sodio, vitamina A, vitamina B1, vitamina B2, vitamina B3, vitamina B5, vitamina B6, vitamina B7, vitamina B9, vitamina E, fósforo, calorías, grasa, azúcar y de purinas.

Los Ajos: Son Comestible un 67%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra.

Apio: Son Comestible un 73%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Berro: Son Comestible un 67%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Cebolla: Son Comestible un 90%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Col: Son Comestible un 68%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Espinacas: Son Comestible un 82%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Hierbas tiernas: son Comestible un 60%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio Agsat, ag monolnsat, agpolilnsat.

Nabos: Son Comestible un 73%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Pepino: Son Comestible un 77%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Perejil: Son Comestible un 100%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Rábanos: Son Comestible un 81%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Tomate: Son Comestible un 81%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Zanahoria: Son Comestible un 81%, contienen:

Energía, carbohidratos, grasas, proteínas, fibra, hierro, calcio, fosforo.

Frutas carnosas

Bábaco: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2., vitamina a, vitamina c, vitamina e.

Fresa: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e, ácido fólico.

Guayaba: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e.

Kiwi: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, vitamina a, vitamina c, ácido fólico,

Mora: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e, ácido fólico,

Naranja: Energía, proteínas, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e, ácido fólico.

Papaya: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, ácido fólico.

Pera: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e, ácido fólico.

Piña: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e, ácido fólico.

Plátano: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e, ácido fólico.

Grosella: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e.

Cereza: Energía, proteínas, lípidos, glúcidos, fibra, B1, B2, B3, B6, vitamina a, vitamina c, vitamina e, ácido fólico.

ACTIVIDADES

RECUERDE QUE?

La higiene es

Como almacenar los alimentos

Como se debe guardar los alimentos perecederos y no perecederos

Por qué es tan importante la variedad en nuestra alimentación?

MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS



NOCIONES GENERALES

Higiene: Todas las medidas necesarias para asegurar la inocuidad y salubridad del alimento en todas las fases, desde la recepción, producción o manufactura, hasta su consumo final.

Limpieza: Eliminación de tierra, residuos de alimentos, polvo, grasa u otra materia objetable.

Desinfección: Eliminación o reducción del número de microorganismos a un nivel que no propicie la contaminación nociva del alimento, mediante el uso

de agentes químicos o métodos físicos higiénicamente satisfactorios, sin menoscabo de la calidad del alimento.

Buenas prácticas de manipulación: Conjunto de prácticas adecuadas aplicadas durante el proceso para garantizar la inocuidad de los alimentos.

Calidad: Conjunto de propiedades y características de un producto, que satisfacen las necesidades específicas de los consumidores.

Calidad sanitaria: Conjunto de propiedades y características de un producto que cumple con las especificaciones que establecen las normas sanitarias, y que, por lo tanto, no provoca daños a la salud.

Contaminación alimentaria: Presencia de todo aquel elemento no propio del alimento y que puede ser detectable o no, al tiempo que puede causar enfermedades a las personas.

Contaminación cruzada: Proceso por el cual los microorganismos son trasladados -mediante personas, equipos y materiales- de una zona sucia a una limpia, posibilitando la contaminación de los alimentos.

ETA: Enfermedades transmitidas por los alimentos o aguas contaminadas, productos adulterados que afectan la salud de los consumidores.

Manipulador de alimentos: Toda persona que manipule directamente los alimentos, equipos, utensilios o superficies que entren en contacto con los mismos. De estas personas se espera, por tanto, cumplan con los requerimientos de higiene para los alimentos.

Microorganismos patógenos: Microorganismos capaces de producir enfermedades.

Procedimiento: Documento escrito que describe la manera específica de realizar una actividad o proceso.

Inocuidad: Es un término que implica seguridad, es decir, seguridad que tiene el consumidor al ingerir un alimento de que no va a causarle un daño. Esto significa que debe aportar los nutrientes que necesita el organismo humano para mantener la vida y reunir los requisitos higiénicos sanitarios que garanticen que no se producirá una enfermedad cuando se consuman.

Alimento: Sustancia natural, semi-elaborada o elaborada que ingerida proporciona los materiales y la energía necesarios para mantener la vida en buen estado de salud. Para poder comercializarse, los alimentos deben reunir ciertas características que están dadas en la legislación alimentaria. Cuando cumplen estas condiciones, se dice que el alimento es genuino. Existen diferentes situaciones que pueden hacer que un alimento deje de ser genuino, tales como alteraciones, falsificaciones, contaminaciones las que pueden resultar peligrosas si se pierde la inocuidad, convirtiendo al producto en no apto para el consumo humano

Agua: Es un componente de los alimentos fundamental para el normal funcionamiento orgánico. Es uno de los componentes plásticos más importantes, indispensable para el mantenimiento de la vida.

Aditivos Alimentarios: Son sustancias que se agregan a los alimentos para mejorar su conservación, su color, aroma, aspecto, etc., aunque no pueden utilizarse para enmascarar adulteraciones, falsificaciones y/o alteraciones. Muchas de estas sustancias, si no son manipuladas correctamente, respetando usos, límites, etc., pueden resultar riesgosas para el consumidor.

Infección: Se presenta cuando consumimos un alimento contaminado con gérmenes que causan enfermedad, como pueden ser bacterias, larvas o huevos de algunos parásitos. Puede ser el caso de bacterias como Salmonella, presente con más frecuencia en huevos, carnes, pollos, lácteos, vegetales crudos y frutas cortadas o peladas.

Intoxicación: Se presenta cuando consumimos alimentos contaminados con productos químicos, o con toxinas producidas por algunos gérmenes, o con

toxinas que pueden estar presentes en el alimento desde la captura, recolección o desde la producción primaria o la cría, como es el caso de las toxinas contenidas en algunos mariscos.

Alimento: Alimento es toda sustancia natural, elaborada o semi-elaborada, incluyendo las bebidas alcohólicas que se destina para consumo humano para su nutrición.

Cadena Alimentaria: Son las etapas por las que transita todo alimento desde su fuente de producción, pasando por las etapas de procesamiento, almacenamiento, transporte y comercialización hasta ser consumido.

ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR LOS ALIMENTOS

Las enfermedades de Transmisión Alimentaria son síndromes originados por la ingestión de alimentos (entre los cuales se incluye también el agua), que contienen agentes productores de enfermedad (agentes “etiológicos”) en cantidades tales que afectan la salud del consumidor, ya sea en forma individual o en grupos de población.



Alimento Alterado: “El que por causas naturales de índole física, química y/o biológica ha sufrido deterioro de sus características organolépticas, en su composición intrínseca y/o en su valor nutritivo”.

Alimento Contaminado: “El que contenga:
a) Agentes vivos (virus, microorganismos o parásitos riesgosos para la salud), sustancias químicas, minerales u orgánicas extrañas a su composición normal sean o no repulsivas.



b) Componentes naturales tóxicos en concentración mayor a la permitida por exigencias reglamentarias”.

CARACTERÍSTICAS DE LAS ETA



¿Qué hacer para evitarlo?

No manipular alimentos cuando se tienen las manos infectadas porque son focos de bacterias y toxinas.

A partir de manos sucias



¿Qué hacer para evitarlo?

Lavarse las manos antes de manipular cualquier alimento,

Una persona enferma no debe manipular alimentos.



A partir de deposiciones que contaminan cursos de agua



¿Qué hacer para evitarlo?

No defecar cerca de los cursos de agua, no regar hortalizas de tallo con aguas servidas, lavar frutas y verduras con agua potable

CASOS FRECUENTES DE ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR LOS ALIMENTOS

Enfermedades producidas por Salmonella

Las salmonellas son responsables de causar alrededor del 70% de las enfermedades alimentarias registradas, produciendo muchas veces casos mortales, sobre todo entre niños pequeños y personas ancianas o que se encuentran enfermas.

La enfermedad se presenta con diarrea, dolor de cabeza, fiebre y dolores abdominales, tiene un período de incubación de 6 a 72hs y dura entre 11 y 18 días.

Las salmonellas se encuentran en el intestino del hombre y los animales, en la superficie de los huevos y también en la piel y patas de ratas, ratones y moscas.



La enfermedad puede estar causada por:

- Ingerir alimentos no cocinados, como leche no tratada ni pasteurizada
- Ingerir alimentos insuficientemente cocinados o parcialmente descongelada
- Contaminación cruzada

COMO EVITAR

- Emplear cuchillos y tablas de cortar para la preparación de alimentos crudos, separados de los que se usen para los cocidos, para evitar el riesgo de contaminación cruzada a partir de la superficie de los alimentos crudos
- Limpiar siempre y desinfectar el equipo después de su uso y antes de comenzar otra tarea (por ejemplo picar hígado de pollo para hacer paté e inmediatamente después de emplear la misma picadora sin desinfectar para triturar hortalizas; esto constituye una forma muy adecuada para causar una intoxicación alimentaria).

Enfermedades producidas por Staphylococcus Aureus

Dentro de este grupo de microorganismos se encuentra el llamado Staphylococcus aureus, que resulta ser el agente responsable de alrededor del 4% de los casos registrados anualmente de intoxicación alimentaria.

Este tipo de intoxicación se caracteriza por presentar síntomas graves pero de breve duración y es raramente fatal. La enfermedad se presenta después de 2 a 6 horas de haberse ingerido el alimento contaminado (período de incubación), y dura entre 6 y 24hs.

Los síntomas típicos incluyen fundamentalmente vómitos y dolores abdominales.

COMO EVITAR

- Mantener un buen nivel de higiene personal y asegurarse que todos los manipuladores practican buenas prácticas de higiene
- Manipular el alimento lo menos posible. Usar pinzas, guantes de goma, etc., cada vez y en cada lugar donde sea posible, con la finalidad de reducir el contacto manual con el mismo.
- Nunca utilizar los dedos para “probar” los alimentos durante su elaboración

Enfermedades producidas por Clostridium Perfringens

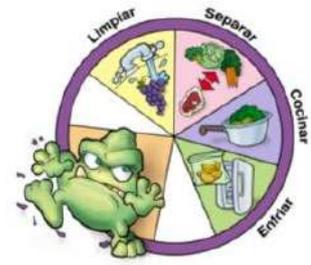
Clostridium perfringens es responsable aproximadamente del 20% de todos los casos anuales registrados de intoxicación por alimentos.

La enfermedad que produce el Clostridium perfringens se presenta con dolores abdominales y diarrea, observándose vómito muy raramente.

Las primeras manifestaciones aparecen poco después de un período de incubación de 8 a 22 horas, la enfermedad dura aproximadamente entre 12 y 48 horas.

COMO EVITAR

- Tener siempre separadas las áreas de preparación de los alimentos crudos de la de los alimentos cocinados, especialmente carnes y verduras



- Utilizar siempre cuchillos y tablas distintos en la preparación de alimentos crudos y cocinados.
- Limpiar y desinfectar siempre los equipos utilizados después de su uso y antes de comenzar otro proceso.
- Conservar separadamente los alimentos crudos y los cocinados

Enfermedades producidas por Clostridium Botulinum

La enfermedad es causada por las toxinas más potentes que se conocen, capaces de paralizar el sistema nervioso y que son producidas por la bacteria del botulismo, que también se reproduce en medios sin aire y produce esporas. Los síntomas comienzan luego de 18 a 36 horas de consumido el alimento contaminado, la enfermedad se manifiesta con problemas gastrointestinales como náuseas, vómitos, cólicos y luego con problemas de visión doble, dificultad para hablar y tragar, lengua y laringe seca, debilidad progresiva, hasta llevar a la muerte por parálisis de músculos respiratorios.

Enfermedades producidas por Cólera

El agente infeccioso es el llamado comúnmente “**vibrión del cólera**”. Este microorganismo puede sobrevivir en medios como:

- Agua dulce de río como mínimo dos semanas
- Agua de mar, un año
- Superficie de frutas crudas y alimentos refrigerados, hasta dos semanas
- Alimentos de alta acidez (ph inferior a 3.5), un día
- Alimentos deshidratados, menos de dos días



COMO EVITAR

- Parar el contacto con los enfermos
- Utilizar agua segura (red o clorada o hervida)
- Consumir inmediatamente los alimentos cocidos
- Guardar cuidadosamente los alimentos cocidos
- Recalentar bien los alimentos cocinados (todas las partes deben alcanzar los 70°C)
- Cocinar bien los alimentos (la temperatura debe alcanzar 70° C en toda la masa del alimento)
- Evitar el contacto entre alimentos crudos y cocidos
- Lavarse las manos a menudo con agua segura
- Mantener limpia toda la superficie de la cocina
- Mantener los alimentos fuera del alcance de insectos.

Enfermedades producidas por Triquinelosis

Es una enfermedad infecciosa producida por un parásito llamado *Trichinella Spiralis*, que afecta principalmente a los cerdos. Se transmite al hombre con la ingestión de carne de cerdo contaminada con la larva, cruda, mal cocida o mal procesada.

COMO EVITAR

- Evitar el alimento infectado, no consumiendo carnes de cerdo y derivados cuya procedencia sea dudosa, o que no tengan control sanitario
- Cocinar adecuadamente las carnes, intentando lograr una temperatura interna en la masa muscular superior a los 80°C.

PRACTICAS CORRECTAS DE HIGIENE



Limpieza de piel y manos

Existen 2 tipos de gérmenes en piel y manos: residentes y transitorios.



Cuándo lavarse las manos?

- Antes y después de empezar la jornada, incluyendo brazos y antebrazos y uñas.
- Después de una pausa o distracción mientras cocina.
- Al cambiar de tarea.
- Después de tocar alimentos crudos o realizar tareas de limpieza de utensilios o superficies o después de tocar algún animal
- Después de ir al servicio higiénico.
- Después de sonarse, toser o estornudar.
- Después de tocar el dinero.
- Además debemos cubrir las heridas en las manos con cubiertas impermeables (curitas).

Cabello

- Lavarse la cabeza de manera regular.
- Empleo de gorros y cubrecabezas.
- Cubrir la barba con el uso de mascarillas.
- No peinarse llevando puesta la ropa con la que va a cocinar.



Boca y fosas nasales

- Evitar estornudar o toser en dirección a los productos manipulados.
- Proteger la tos o estornudo con la mano, lavándose las a continuación.
- Usar pañuelos de 1 solo uso.
- No comer, beber, fumar o mascar chicle durante la manipulación de alimentos.
- No tocarse la nariz, boca, oído, ojos o rascarse la cabeza u otras zonas donde pueda haber gérmenes.



Ropa y efectos personales

- Usar ropa exclusiva ligera, amplia y de tejidos fácilmente lavables, para el trabajo, guardándola separada y limpia para que no contacte con la ropa de calle.
- El calzado debe ser también el adecuado, sobre todo que sea antideslizante y también deberá guardarse separado de la ropa que sale a otros lugares.
- No llevar joyas u otros efectos personales que pudieran entrar en contacto con el alimento.
- Procurar no llevar perfumes, lociones de afeitar u otros productos que pudieran transmitir su olor a los alimentos.

Otras medidas higiénicas

- No manejar útiles sucios, no recoger del suelo instrumentos caídos sin lavar
- No usar la madera como material de trabajo (ni en mangos de útiles, ni tablas de picar).

- Usar sólo toallas de 1 solo uso.
- No colocar alimentos ni bandejas con alimentos en el suelo.
- No cubrir el suelo con serrín ni cartones.
- Para guardar alimentos a refrigerar se debe hacerlo por porciones ya sean por presas, media libra o una libra.

Capacitación del personal



Todo el personal o toda la familia que se dedica a la alimentación dentro de las actividades de turismo comunitario debe estar entrenado en las buenas prácticas de manipulación, así como en la parte del proceso que le toca realizar, al representante de las comunidades para que todas las

personas que trabajan en las áreas de alimentación al turista, desde el cocinero hasta el mesero que sirve, reciban instrucciones continuas sobre manipulación higiénica de los alimentos e higiene personal, así se evitará la contaminación alimentaria y se preservará la buena imagen de la comunidad.

Enfermedades contagiosas

Se debe tomar las medidas necesarias para que no se permita trabajar en un área en riesgo de contaminación directa o indirecta del alimento por microorganismos patógenos, a ninguna persona de quien se sepa o sospeche, que padece o es vector de una enfermedad transmisible.

Examen médico

El personal que entre en contacto con alimentos en el curso de sus labores, debe someterse a examen médico y acreditar un carnet sanitario antes de asignársele tal actividad, con ello aumentara la confianza de los consumidores de servicios de turismo comunitario.

Malos hábitos

Quedan totalmente prohibidas las siguientes acciones durante el proceso de preparación de los alimentos:

- Rascarse la cabeza u otras partes del cuerpo.
- Introducir los dedos en las orejas, nariz y boca.
- Arreglarse el cabello, jalarse los bigotes.
- Tocarse los granos y exprimir espinillas.
- Escupir, comer, fumar, mascar o beber en el área de cocina.
- Toser y estornudar directamente sobre los alimentos.
- Apoyarse sobre paredes, equipos y productos.
- Colocarse mondadientes o fósforos en la boca.
- Laborar bajo el efecto de algún estimulante o en estado etílico.
- Tocarse o secarse el sudor de la frente con las manos.

LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

Una de las principales causas de contaminación es la inexistencia de adecuadas técnicas de limpieza y desinfección en las áreas del restaurante, algunas veces por desconocimiento y otras por desidia.



Asegurar la calidad de los alimentos implica tener implementado un plan de limpieza y desinfección que coadyuve, conjuntamente con las buenas prácticas del manipulador, a reducir al mínimo el peligro de contaminación y a garantizar la inocuidad de los productos.

TÉCNICAS DE LIMPIEZA

Uso de calor: es importante tomar precauciones respecto a las temperaturas utilizadas, pues estarán en función del detergente usado y de las superficies que se van a limpiar, (baldear con agua caliente todas las áreas de la cocina)

Técnicas manuales: se aplican cuando es necesario quitar los restos restregando con esponjas y soluciones detergentes a mano.

Limpieza in situ: se emplean para la limpieza y desinfección de equipos o partes de éstos que no es posible desmontar, en especial tuberías, para lo cual se lavan con una solución de agua a presión y desinfectante.

Limpieza con espuma: consiste en la aplicación de un detergente en forma de espuma, durante 15 o 20 minutos, y un posterior enjuague con agua potable.

CONTROL DE PLAGAS

La presencia de plagas, en lugares donde se prepare o se sirvan alimentos, es un grave riesgo porque los mismos transportan una gran cantidad de parásitos y microorganismos patógenos a través de sus pieles, fosas nasales, tracto gastrointestinal y deposiciones, de donde pueden ser transferidos directa o indirectamente a los alimentos.

COMO HACERLO?

- El control de infestación por roedores o insectos.
- El control de maleza y drenaje del terreno.
- El control de acumulación de materiales en desuso.
- Vigilar el estado de los pisos, paredes, ventanas, baños y ser vicios sanitarios.
- Detectar infestaciones por roedores o insectos.
- Verificar las condiciones de almacenamiento de insumos, materias primas o productos terminados.



"La buena presencia es el reflejo de vuestra personalidad."

Las 10 reglas de oro

Todas las etapas de las buenas prácticas se agrupan en las Reglas de Oro formuladas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para la preparación



higiénica de alimentos, y son las siguientes:

- 1- Elegir alimentos elaborados o producidos higiénicamente.
- 2- Cocinar bien los alimentos.
- 3- Consumir inmediatamente los alimentos cocinados.
- 4- Guardar cuidadosamente los alimentos cocinados.
- 5- Recalentar bien los alimentos cocinados.
- 6- Evitar el contacto entre los alimentos crudos y cocidos.
- 7- Lavarse las manos a menudo.
- 8- Mantener escrupulosamente limpias todas las superficies de la cocina.
- 9- Mantener los alimentos fuera del alcance de insectos, roedores y otros animales.
- 10- Utilizar agua potable.

ACTIVIDADES

- Mediante recolección grupal, identificar todos los productos locales que se puede ofrecer para la alimentación del turista.

Al finalizar la actividad

RECUERDE QUE?

Un alimento contaminado puede producir

Que son las ETA _____

Cuando y como lavarse las manos

Las técnicas de limpieza sirven para

Porqué es importante la limpieza y desinfección.



MANUAL DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL PARA EL SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO

GUIANZA TURÍSTICA



**DIRIGIDO A PRESTADORES DE SERVICIOS DE TURISMO
COMUNITARIO EN SARAGURO**

MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA

AUTORES

Mauricio Cartuche Sarango

Yerovi Saritama Carrión

POSTULANTES A INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene.

DIRECTORA Y REVISIÓN DE TEXTOS

Mauricio Cartuche

Yerovi Saritama

DISEÑO Y ELABORACIÓN

Loja, Febrero de 2013

CIUDAD Y AÑO DE PUBLICACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

INDICE DE CONTENIDOS

Presentación	183
Definiciones.....	185
El guía profesional de turismo	185
Los primeros guías de turismo.....	186
Razones para formar un guía	187
Perfil profesional del guía	187
Características humanas de un guía	188
Campo laboral del guía	189
Clasificación de los guías de turismo según MINTUR	190
Derechos del guía.....	191
Prohibiciones del guía	191
Recomendaciones para el guía	191
Técnicas de guianza	193
Técnicas de organización	193
Conducción del grupo	196
La mirada	196
La imagen	196
Presentación del guía	196
Técnica de comunicación	197
Comunicación oral	197
Comunicación escrita.....	198
Dinámicas de animación	199
Técnicas de higiene de un guía	202
Turismo y medio ambiente	203
La cadena ecológica común	204
Normas de seguridad para guiar.....	205
Tipos de peligros	206
Primeros auxilios.....	207

TÉCNICAS DE GUIANZA



PRESENTACIÓN

Todo recorrido realizado por turistas a algún determinado lugar requiere de la participación de por lo menos un guía turístico, el mismo que llenara y enriquecerá de su cultura, costumbres, tradiciones además de visitar atractivos turísticos, de una forma dinámica y responsable.

Una definición académica de Guía nos indica que se trata de aquel profesional cuya misión fundamental consiste en acompañar a los turistas en sus visitas a lugares determinados o ante unos monumentos concretos. El Guía, en realidad, es mucho más que un mero acompañante u orientador. Se trata de un artista que sabe conferir color y calor aun paisaje, de un mago capaz de dar vida a piedras milenarias, de un acompañante que consigue que los desplazamientos más largos parezcan cortos, de un profesional, en definitiva, nos hace sentir como en nuestro propio hogar en el interior de un hotel, de una choza indígena o una finca cafetera.

El Guía, por tanto, precisa de un alto nivel de formación, de una preparación técnica que debe actualizar continuamente, de unas características psicológicas que le capaciten para trabajar con distintas tipologías de personas y también

de un profundo conocimiento de todo aquello que enseña. Un Guía no es ni debe ser sólo un pozo de conocimientos o datos, sino alguien que, teniendo la necesaria formación cultural, es capaz de transmitirla de manera clara y amena basándose en las técnicas de la comunicación, armonizándola con una correcta coordinación, en el ámbito práctico, de todos los elementos que intervienen en la prestación del servicio turístico y considerando en todo momento la dinámica más adecuada al grupo que asiste. Si bien hay que aceptar que la formación como Guías no garantiza directamente la calidad final de los profesionales que la reciben, puesto que dependerá en gran medida del aprovechamiento individual que de ella se haga, también hay que admitir que se estará más cerca de crear buenos profesionales cuanto mejor y más adecuada sea la formación que éstos reciban.

En fin ser guía de turismo como actividad se refiere a un conjunto de normas, conceptos y ejercicios que se deben de analizar, programar, planear y ejecutar, para que todo recorrido se realice con confianza y seguridad tanto para la empresa prestadora como para el turista.

El presente curso taller está dirigido a prestadores de servicios de turismo comunitario en Saraguro específicamente a las comunidades de Lagunas y Oñacpac, se desarrollará dentro 32 horas, teórico prácticas, para una mejor comprensión se lo ha complementado con varias actividades para autoevaluar el aprendizaje, y posterior a ello brindar retroalimentación.

OBJETIVOS

- Fortalecer los conocimientos actuales para desarrollar los recorridos turísticos de una forma responsable y dinámica.
- Aplicar las técnicas de manejo de grupos de turistas para ofrecer un servicio de calidad durante el tour.
- Conocer técnicas concretas y sencillas para generar una buena relación entre el guía y las diferentes tipologías de personas visitantes.
- Concientizar a los guías nativos de las responsabilidades y su importancia dentro de la movilización de grupos.

Definiciones (Proyecto de Ley Orgánica de Turismo)

TURISMO

Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual, con fines de descanso, ocio, esparcimiento, negocios u otros motivos.

TURISMO COMUNITARIO

Modalidad de turismo que incluye la participación colectiva de los sectores comunitarios en el manejo adecuado de los recursos naturales, patrimoniales, y culturales, para beneficiarse directamente del desarrollo de las actividades turísticas.

TURISTA

Es la persona que viaje temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual, por un periodo superior a 24 horas, y que utilice algunos de los servicios turísticos.

EXCURSIONISTA

Es la persona que viaje temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual, por un periodo inferior a 24 horas, y que utilice alguno de los servicios turísticos.

EL GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO

Persona natural, independiente o contratada bajo relación de dependencia de otro prestador de servicios turísticos esta sus servicios en el área de guionaje o guianza turística, de manera complementaria al resto de servicios de operación,



cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado.

Los primeros guías de turismo	
Los cabreros	Población que tiene sus orígenes en la Edad Media, cuando los cabreros bajaban desde las montañas nevadas con sus rebaños, personas propias y conocedoras de las partes frías.
Los contrabandistas	El contrabando es una de las prácticas humanas más antiguas, consiste en el tráfico ilegal de mercancías de cualquier índole por fuera de los márgenes de la ley.
Los cazadores 	Son las personas que se dedican a la venta de piezas arqueológicas a cambio de dinero sin tener en cuenta que destruye las huellas del pasado de alguna civilización o pueblo.
Los buscadores de objetos	Son personas que se dedican a la investigación y al conocimiento y la conservación contribuyendo al conocimiento de la historia de la humanidad.

Quien fue Thomas Cook?

- En 1829 recorrió más de 200 millas a pies
- En 1841 organizó el primer congreso de alcohólicos
- Fundó la primera agencia de viajes en el mundo, 508 sucursales.
- En 1841, Thomas Cook, un carpintero británico y misionero bautista, hizo arreglos para el transporte de 570 pasajeros en ferrocarril.



Thomas Cook

Cuatro años después Cook se convirtió en agente de viajes de tiempo completo coordinaba excursiones en ferrocarril y en barcos de vapor en Inglaterra, Escocia y Europa. Lo que hizo factible su empresa fue su habilidad para convencer a los operadores de los ferrocarriles de que le pagaran una comisión por cada boleto que vendiera. Cook logró sacar los viajes a grandes distancias del reino de la aristocracia para ponerlos al alcance del ciudadano común.

TRES RAZONES PARA LAS QUE SE FORMA UN GUÍA

- Crear una imagen
- Placer y educación
- Estimular



PERFIL PROFESIONAL

El perfil de un guía de turismo reúne un

conjunto de conocimientos y características

que se consideran necesarios para el desempeño de su profesión.

Conocimientos técnicos turísticos

- Conocimientos en hotelería y turismo
- Como preparar un paquete turístico
- Programar tour
- Realizar un Boucher

Conocimientos geográficos

- Clima
- Temperatura
- Distancias
- Rutas
- Situación
- Ubicación y altitud



Conocimientos históricos

- Costumbres
- Mitos
- Leyendas
- Fechas históricas
- Personajes históricos

Conocimientos culturales

- Música
- Arte
- Deporte
- Etnias
- Artesanías gastronomía



Conocimientos psicosociales

- Motivaciones
- Estrés
- Aspiraciones personales
- Gustos
- Preferencias

CARACTERÍSTICAS HUMANAS DE UN GUÍA

Personalidad

- Se refiere al temperamento y el carácter que debe poseer todo guía.
- Personalidad extrovertida
- Carácter firme y flexible
- Amplio de ideas
- Amable
- Sincero
- Cooperativo



Habilidades

- Hablar bien
- Saber escuchar
- Hablar diferentes idiomas
- Manejar grupos
- Recrear y animar
- Salir de aprietos y solucionar problemas.



Presentación personal

- Vestimenta autóctona
- Aseo personal impecable
- Estado mental perfecto
- Persona sana



Cualidades de un guía

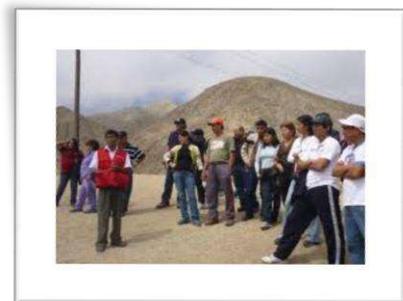
- Puntualidad estricta al cumplimiento del itinerario (15 min antes).
- Ser sociable con todos los integrantes de un grupo.
- Responsable en sus funciones y responsabilidades encomendadas
- Discreción ante situaciones personales de algún turista.
- Generosidad con todos.
- Paciencia ante condiciones físicas e inquietudes de los turistas.
- Lealtad, cumplir con todo lo que se ha ofrecido en el paquete.

CAMPO LABORAL

Función: Coordinación, recepción, asistencia, conducción, información, y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Funciones específicas

- Recibe las instrucciones de la comunidad
- Supervisa la unidad de transporte
- Elabora informe al finalizar los itinerarios



- Acompaña a los turistas en sus compras
- Controla periódicamente al grupo
- Toma decisiones
- Coordina los servicios
- Asiste al turista en primeros auxilios.

CLASIFICACIÓN DE LOS GUÍAS DE TURISMO SEGÚN EL MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (MINTUR)

Su clasificación, según el reglamento, indica que existen 3 categorías según el ámbito geográfico de su ejercicio profesional: El guía nacional, el especializado y el guía nativo.

El guía Nacional

Está autorizado a conducir a turistas en todo el territorio nacional y tiene titulación de tercer nivel que le acredita como profesional en guía



de turismo, o mediante la licencia acreditada como tal.

Guía nativo



El guía nativo es “el integrante de grupos étnicos, aborígenes o campesinos del Ecuador, que posea conocimientos sobre los valores culturales autóctonos, naturales, socio económicos de su hábitat y que, luego de calificada su experiencia, sea habilitado por el Ministerio de Turismo para conducir grupos de

turistas nacionales e internacionales dentro de las áreas geográficas que correspondan al territorio del grupo étnico del cual proviene”.

El guía especializado



Son profesionales titulados en otra carrera distinta a turismo que tiene experticia en determinado tema (biología, ornitología, geología, antropología, etc.) y se acredita para guiar en zonas específicas como:

Parques nacionales, áreas naturales, montaña, selva, cavernas, etc.

DERECHOS DEL GUÍA

- Trabajar en agencias operadoras de turismo
- Recibir remuneraciones legales
- Recibir las garantías necesarias
- Recibir capacitación profesional

PROHIBICIONES DEL GUÍA

- No discutir con el turista ni con sus compañeros
- No destruir senderos, árboles, más bien se debe explicar los beneficios de los mismos.
- No sacar o robar especies de los lugares visitados
- No dormir conjuntamente con los turistas
- No usar drogas
- No abuso de alcohol
- No implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas
- No traspasar el espacio que ofrecen las comunidades (respetar su privacidad).



RECOMENDACIONES PARA EL GUÍA

- El éxito del viaje depende del primer y el último día del viaje

- Reportarse en el lugar de la caminata ante las autoridades competentes.
- Dar un trato cordial y respetuoso a las gentes del campo, respetar sus propiedades pedir permiso si es necesario.
- No dejar basuras por los caminos transitados
- No caminar de noche por zonas desconocidas,
- Controlar el fuego de fogatas para evitar el incendio forestal.
- Evitar romper las plantas y tomar muestras, no
- deje huella de destrucción.



ACTIVIDADES

Para ampliar el repertorio de experiencias de los participantes de las comunidades, reunirse en dos grupos, elegir por cada grupo un representante para que realice o simule una guianza turística por algunos de los atractivos turísticos cerca del lugar de capacitación.

Al finalizar la actividad

RECUERDE

Qué es un guía turístico?

Cuáles son los tipos de guías que existen?

Mencione algunas prohibiciones de un guía turístico.

TÉCNICAS DE GUIANZA

Técnica

Es el conjunto de mecanismos, sistemas y medios de dirigir, recolectar, conservar y



transmitir energía y datos relacionados con el tema

tratado, pues los métodos se desplazan sobre los rieles de las técnicas.

TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN

Esquema del Recorrido



Esta técnica es muy importante ya que

para poder guiar adecuadamente, se necesita mantener ilación en la explicación y estar seguros de lo que se dice, de ser posible, y sobre todo cuando se trata de circuitos o lugares en los que se guía por primera vez, se debe realizar primero en forma escrita el recorrido del tour, estudiarlo y luego exponerlo.

Levantamiento del área:

- Tener conocimiento del área donde se llevara el recorrido.
- Familiarización del lugar en distintas condiciones, diferentes horarios, climas, días de la semana.

Búsqueda y sistematización de la información:

- Ubicación, población, hidrografía, orografía.
- Libros, revistas, periódicos, publicaciones,
- entrevistas, etc.



Diseñar la visita sobre el papel (mapas):

- Selección de los posibles temas centrales
- Selección de las paradas
- Determinación del punto de inicio, y grado de dificultad.

Información a confirmar:

- Unidad de transporte
- Cantidad de pax
- Refrigerios, souvenirs, atenciones.



Preparación del guión:

- Saludo inicial
- Presentación
- Crear interés en el tema
- Establecer marco conceptual
- Desarrollo del tema central
- Refuerzos de la idea principal
- Evaluación de la visita
- Despedida



Retroalimentación:

- Análisis de cada visita, de ser necesario por características del grupo.
- Actualizar información

Cronogramar el Tiempo



Se debe tomar en cuenta, el tiempo disponible, los lugares a visitar y distribuir los minutos u horas de acuerdo a cada uno de ellos, también es importante recordar que en muchos atractivos se

trabaja sólo con luz solar, por lo que es importante tener cuidado con que caiga la noche.

Lógicamente el cronograma es flexible, depende del tipo de visitante, de su interés, del tipo de servicio, etc.

Previo a la partida:

- Recoger todos los datos personales de cada turista.

Nombres y apellidos	Lugar de procedencia	Ced./Pass	edad	teléfono	e-mail

- Educar, prevenir y preparar a los visitantes.
- Proporcionar información inicial sobre los grupos humano y ecosistemas que visitaran
- Proveer normas de comportamiento.
- Suministrar información sobre los equipos, vestimenta y provisiones personales apropiadas
- Prevenir contra la introducción de productos desechables
- Proporcionar información sobre productos ilegales
- Alertar sobre el nivel de dificultad de cada excursión.



Conducción del grupo.

Para aplicar esta técnica se debe tener conocimientos de psicología, para analizar



la personalidad de los visitantes, la conducción será de acuerdo a la edad de los visitantes, si son niños, adultos, o ancianos.

La Mirada

- Es un excelente medio de conexión entre la persona que habla y la audiencia
- A las personas les gusta que la persona que les habla les dirija la mirada
- El guía no mira a sus turistas, da la impresión de tener miedo o falta de interés.



La imagen

- Proyectar una imagen positiva
- Vestir de acuerdo a la ocasión
- Tiene que sentirse cómodo a gusto con su apariencia.



Método sencillo de presentación



- Nombre, saludo y quien soy
- Antecedentes, a quien represento, señalar la formación de uno.
- Charla, directamente sobre el tema que se hablara ese día.

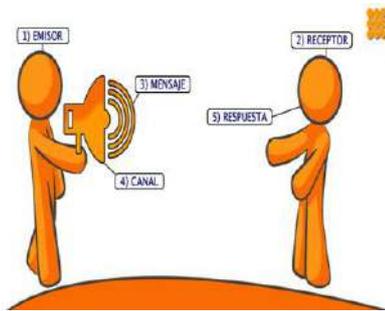
Persuasión

La persuasión es inducir, mover, obligar a uno con razones a creer o hacer una cosa, poder



de convencimiento. Es una técnica muy importante, como guía de Turismo con un vasto conocimiento, se hace necesaria la persuasión basándonos en una información seria, clara y concreta.

TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN



El guía debe manejar una comunicación eficiente, dado que se le facilita enviar el mensaje correcto; asimismo debe utilizar la modulación del tono de voz, el uso de los gestos y, en determinados momentos, el silencio.

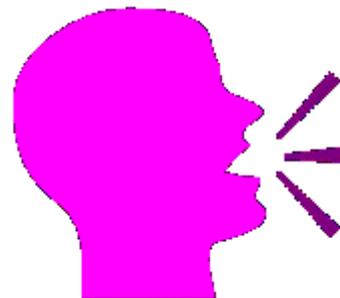
Comunicación oral

La capacidad de comunicarse correctamente es vital para el profesional que labora en el manejo y conducción de turistas, debido a que normalmente debe hacerlo en, al menos, dos idiomas.



La voz

- El volumen
- Hablar demasiado rápido
- Fingir la voz
- Naturalidad en la voz
- Modular la voz
- Cambiar el ritmo



- Acentuar las palabras
- Voz firme, sin titubeos

Emisor: Persona que crea el mensaje, lo adapta a la realidad y lo envía.

Receptor: Persona que recibe el mensaje y lo interpreta.

Mensaje: Cada receptor interpreta el contenido del mensaje según sus propias percepciones, no según las del emisor y en la medida en que se adapta a la comprensión del receptor se lograra el objetivo.

Comunicación escrita



Para alcanzar una óptima comunicación en la comunidad es necesario tener presente que la comunicación escrita es tan importante como la verbal, en ocasiones la atención de nuestro cliente por la circunstancia del viaje implica que debe manejar itinerarios,

La individualización del pasajero:

Se debe individualizar a los pasajeros, esto significa dirigirse a ellas por su nombre desde el primer momento.

Así mismo sugerirles otras actividades en el país, compras de “souvenirs”, literatura y ropa en general, entre otros.



Dinámicas de animación

En la labor profesional de los guías juegan un rol muy importante dado que permiten el acercamiento entre los distintos pasajeros y dependiendo de la necesidad pueden desarrollarse en diversos ambientes entre los que se destacan:

Al aire libre



La cuerda en los senderos naturales



El turista con los ojos vendados con un pañuelo, es invitado a caminar en un sendero natural, debe recorrerlo tomado de una cuerda que se instala a una altura que le permita desplazarse lentamente y se le solicita disfrutar del silencio, la pureza del bosque, el canto de las aves, etc.

Telegrama en la naturaleza

Se busca con esta dinámica identificar en la naturaleza especies de flora y fauna, el guía en el recorrido hace una estación al frente de alguna especie y explica las características de ella, posteriormente invita a alguno de los pasajeros a que al frente de la misma especie localizada más adelante, ofrezca una corta descripción.



Frutas tropicales.

Todos los participantes se forman en un círculo con sus respectivas sillas. El guía se queda al centro y de pie, con el interés de dar a conocer los diversos productos de la comunidad.

A cada turista se le da el nombre de una de ellas, combinado con el nombre del participante, cuando se le señala a cualquiera diciéndole por ejemplo: piña, debe responder con el nombre del compañero que está a la derecha, Si se equivoca, debe pasar al centro y coordinar la actividad.

Hombre de principios.

El guía inicia la dinámica narrando cualquier historia donde se debe empezar con una letra determinada, ejemplo: tengo un tío que es un hombre de principios muy sólidos, para él todo debe empezar con la letra "P", así su esposa se llama (se debe dar el nombre que inicie con P) Patricia debe responder el turista, a ella le gusta comer mucha (nuevamente con P) papa y así por el estilo, el que se equivoca pasa al centro y puede variar la letra si lo desea.

ACTIVIDADES.

- Desarrollar las dinámicas expuestas conjuntamente con el instructor.
- Organizarse en grupos de tres personas, escoger diferentes atractivos turísticos y desarrollar un guión por cada grupo de trabajo, luego delegar un representante y exponer los guiones de cada atractivo.

Al finalizar la actividad.

RECUERDE

Que se debe considerar previo a la partida de un recorrido con grupos de turistas?

Que se debe incluir en la elaboración de un guión?

TÉCNICAS DE HIGIENE DE UN GUÍA.

- Cuide su imagen personal.
- Proteja las fuentes de agua(no contaminar)
- Limpieza personal y de utensilios
- Todos los desechos que genere regréselo
- Evite quemar o enterrar desperdicios



No deje rastro.

Si encendió una fogata debe dejar completamente apagado para evitar incendios forestales y prevenir o minimizar el impacto durante su visita.

Viaje y Acampe en superficies resistentes.

Cuando viaje a áreas naturales se deben realizar actividades en superficies que son resistentes, con el fin de que su estadía cause los menores impactos.



Respete la Fauna y flora Silvestre.

- No alimente a los animales.
- Ayude a proteger el estado silvestre de la fauna.
- No introduzca nuevas especies a áreas naturales.



- Utilice trozos pequeños de madera para las fogatas.
- Evite llevar consigo animales domésticos.
- Evite dañar o marcar árboles y plantas vivas.

TURISMO Y MEDIO AMBIENTE (SOSTENIBILIDAD).

Sin medio ambiente apropiado, sin sus recursos naturales y sus paisajes **¡No puede haber turismo!**

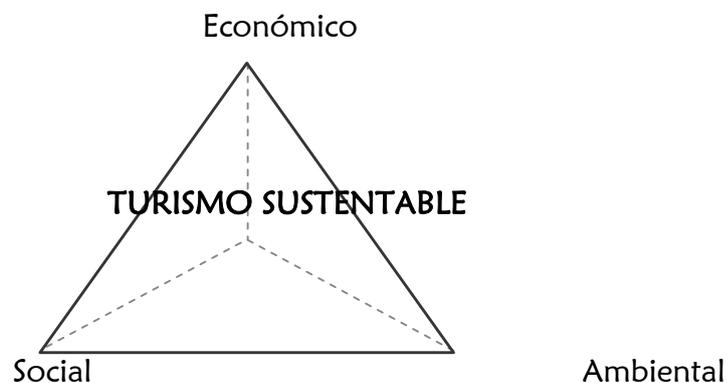
El turismo, a su vez, debe ser “amigable” con el medio ambiente y sus recursos así como ayudar a conservarlos.

Eso se llama... **TURISMO SUSTENTABLE**

Evitar la contaminación cultural.



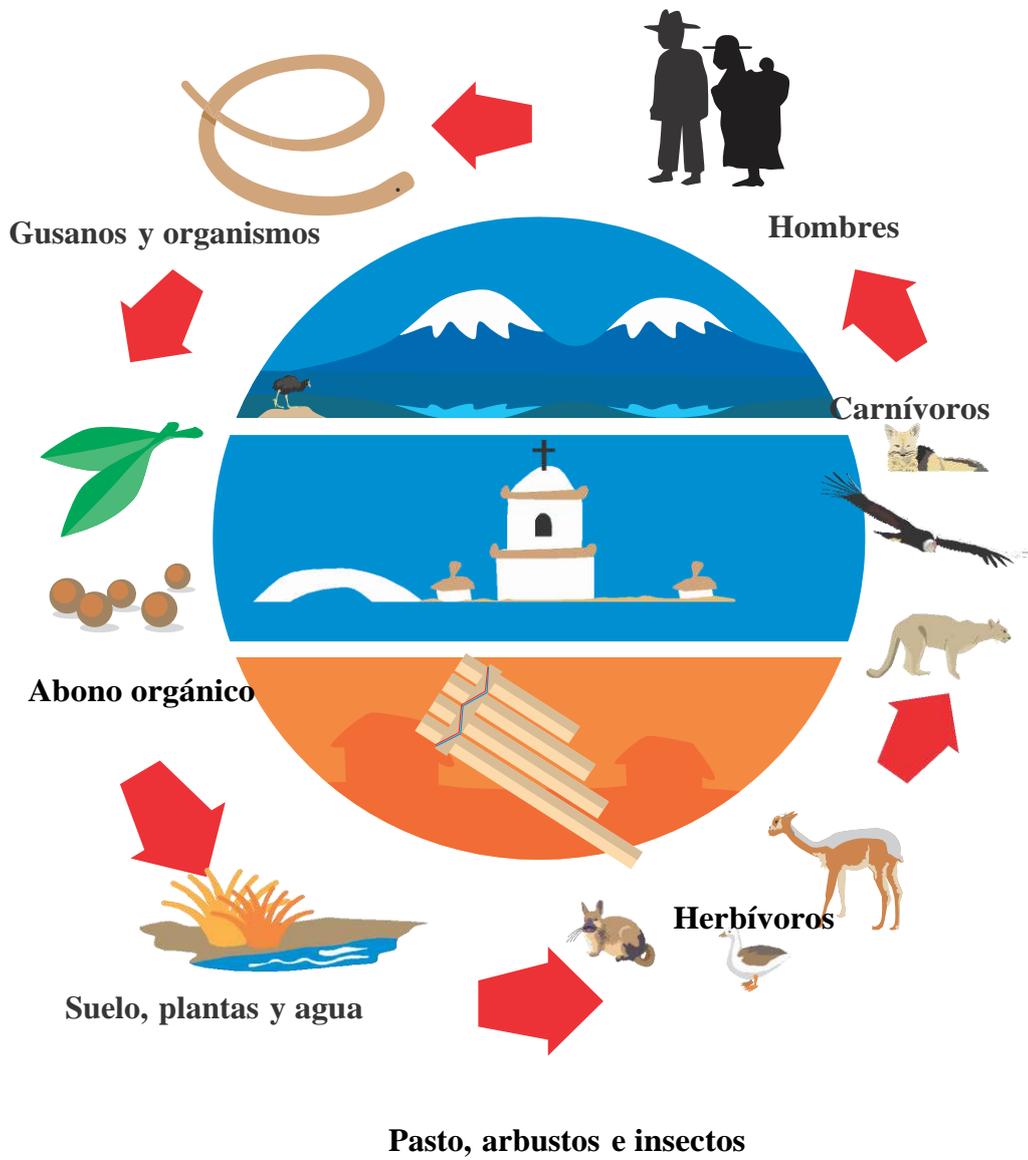
TRIANGULO DE LA SUSTENTABILIDAD.



Las tres partes que lo componen son igual de importantes, si falla una fallan todas.

CADENA ECOLÓGICA COMÚN.

Busca la interacción entre los diferentes ecosistemas, y la conservación de la biodiversidad.



NORMAS DE SEGURIDAD PARA GUIAR.

- Asegúrese del estado de todos los miembros del grupo, identifique a alguien que cuide la cola.
- Siempre quédese a la cabeza del grupo.
- Recuerde hablar con los de la cola y trate de mantener contacto visual con todos.
- En caso de accidentes, usted es el responsable del grupo y del miembro herido, permita que el grupo regrese e identifique un líder.
- Lleve siempre a la mano el botiquín con todo lo necesario para primeros auxilios y los medicamentos para molestias comunes (dolor de cabeza, mareo, dolor de estomago)



Qué es un accidente?

El accidente es un hecho no deseado que interrumpe el desarrollo normal de las cosas, provocando lesiones a las personas, y/o pérdidas materiales.



EN CASO DE ACCIDENTE.

Solicitud de socorro:

- Mantener la calma y aplicar primeros auxilios.
- Pensar en el punto de aviso más próximo (Refugio, Teléfono, etc.) y modo de llegar a él.
- Si es posible, no dejar solo al herido. En caso contrario referenciar el punto para indicarlo, después, a los equipos de rescate.
- Una vez dado el aviso, permanecer perfectamente localizado, por si fuera necesario, colaborar en el rescate.
- En caso de necesitar auxilio, avisar personalmente, mediante radio socorro de refugio o telefónicamente.



AVISO A UN GRUPO DE SOCORRO:

- Lugar concreto del accidente.
- Como sucedió el accidente.
- Cuantos accidentados hay.
- Posibles lesiones.
- Hora del accidente.



EN CASO DE PÉRDIDA:

- Nombre, número de perdidos y edad
- Hora de la desaparición
- Lugar de la desaparición
- Itinerario previsto
- Conocimientos que poseía de la zona
- Experiencia que tenía en montaña
- Material y vestuario que posee
- Meteorología de la zona
- Nombre y teléfono de contacto del que da el aviso.



Tipos de peligros:

Peligro Objetivo (Ambiente)	Peligro Subjetivo (Individuo)
- Clima	- Salud incompatible
- Altitud	- Bajo rendimiento
- Presión atmosférica	- Desconocimiento
- Presión de oxígeno	- Inseguridad
- Precipitación	- Faltar a procedimientos
- Frío	- No descansar
- Temperatura	- No usar medios de protección
- Avalanchas	- No acatar instrucciones y ordenes
- Piedras	- No informar peligros
- Humedad	- No evaluar riesgos
- Viento	- No controlar riesgos
- Tormentas	- Desconocimiento primeros auxil.
- Erosión	- Falta de comunicación
- Río	- Vestuario deficiente
- Terreno	- Ocultar información

PRIMEROS AUXILIOS.

- Siempre debes tratar de mantener la calma y pensar muy bien; las acciones a seguir, con la emergencia y/o con la víctima accidentada.



- Siempre debemos pensar en caso de emergencias, disponer de un sistemas de auto rescate;
- Si conoces las técnicas básicas de primeros auxilios, podrás actuar; de lo contrario debes evitar agravar las posibles lesiones de tus compañeros.



- En caso de socorrer a un compañero; debes ingresar por el lugar de más fácil acceso; **NUNCA DEBES EXPONER** tu vida.

El botiquín debe básicamente estar equipado para:

- Magulladuras y tropiezos
- Quemaduras e insectos
- Ampollas
- Ligamentos y fracturas
- Transporte
- Medicamentos
- Vendas y parches



ACTIVIDADES.

RECUERDE.

Qué hacer en caso de un accidente

A quién se debe acudir en caso de emergencia

Que debe contener un botiquín de primeros auxilios?

Describa algunas normas de seguridad para guiar.



MANUAL DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL PARA EL SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO

INGLÉS TURÍSTICO



**DIRIGIDO A PRESTADORES DE SERVICIOS DE TURISMO
COMUNITARIO EN SARAGURO**

MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA

AUTORES

Mauricio Cartuche Sarango

Yerovi Saritama Carrión

POSTULANTES A INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene.

DIRECTORA Y REVISIÓN DE TEXTOS

Mauricio Cartuche

Yerovi Saritama

DISEÑO Y ELABORACIÓN

Loja, Febrero de 2013

CIUDAD Y AÑO DE PUBLICACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

INDICE DE CONTENIDOS

Presentación	212
Planificación	214
Grammar	215
The alphabet	215
Personal pronouns	216
Greetings.....	220
The verb to be.....	223
Contractions.....	224
Sustantives	225
Presente continuous	228
Present simple	228
Present future	229
Past simple.....	230
Present perfect	231
Uso del can/ could/ may	232
Uso de must / have to.....	233
Uso de should	233
Uso de in/on/at.....	234
Short answers	244
Question tags	245
Technical vocabulary	248
Verb list	258

IDIOMA INGLÉS



PRESENTACIÓN

El idioma inglés es la lengua en la que se realizan las transacciones económicas, políticas, tecnológicas, académicas y culturales entre los pueblos. La globalización ha generado la internacionalización sin precedentes de este idioma y lo está revolucionando a medida que en un futuro no muy lejano podría circular en el mundo un inglés convencional para las comunicaciones con el exterior y un inglés dialectal de uso doméstico o nacional.

El inglés es el idioma dominante en los países como los Estados Unidos, el Reino Unido, Canadá, Australia, Nueva Zelanda e Irlanda, y se lo usa extensamente como medio de comunicación entre grupos poblacionales que no tienen una lengua en común.

El inglés es el medio de comunicación internacional de la información y de las noticias a través de los canales satelitales. La Internet transmite una enorme cantidad de información, la mayor parte de la cual está en inglés.

Aún los trabajos que se publican en otros idiomas llevan el título, un resumen o abstract y las palabras clave en inglés.; lo que se aprecia más entre las consideradas publicaciones científicas.

El turismo es otra área en el que el idioma inglés juega un papel destacado. Mucha información turística, como guías de turismo, grabaciones de video, carteles y señales visuales en aeropuertos y lugares turísticos se presentan en inglés. Las mismas personas que se dedican a recibir grupos de turistas, sean guías de turistas, conductores de taxi u ómnibus y personal de hoteles suelen comunicarse con cierta destreza en inglés; condición que viene extendiéndose al personal de los restaurantes, bares y cafeterías.

El inglés ofrece, además, una ventaja. Comparado con el español, el inglés es más fácil de aprender dado que no utiliza acentos, los tiempos verbales están simplificados y los adjetivos no varían en género ni número.

El origen del idioma inglés. Es una lengua germánica occidental que surgió en los reinos anglosajones de Inglaterra y se extendió por lo que se convertiría en el sudeste de Escocia bajo la influencia del Reino de Northumbria. Gracias a la influencia económica, militar, política, científica, cultural y colonial de Gran Bretaña y el Reino Unido desde el siglo XVIII, vía Imperio Británico, y a los Estados Unidos de América desde mediados del siglo XX, el inglés ha sido ampliamente difundido por todo el mundo, llegando a ser el idioma principal del discurso internacional y lengua franca en muchas regiones. La lengua inglesa es ampliamente estudiada como segunda lengua, es la lengua oficial de muchos países, y es una de las lenguas oficiales de la Unión Europea y de numerosas organizaciones mundiales. Es la tercera lengua con más hablantes nativos en el mundo, tras el chino mandarín y el español.

Toda lengua tiene su importancia ya que con la muerte de una lengua, se van con ella su herencia cultural de relatos, leyendas, proverbios, chistes y juegos de palabras.

Desde 1950, los idiomas que cayeron en desgracia son 250 según el registro.

El presente curso taller está dirigido a prestadores de servicios de turismo comunitario en Saraguro específicamente a las comunidades de Lagunas y Oñacpac, se desarrollará dentro 20 hora, teórico practicas, para una mejor comprensión se ha implementado actividades para autoevaluar el aprendizaje, y posterior a ello brindar retroalimentación.

OBJETIVOS

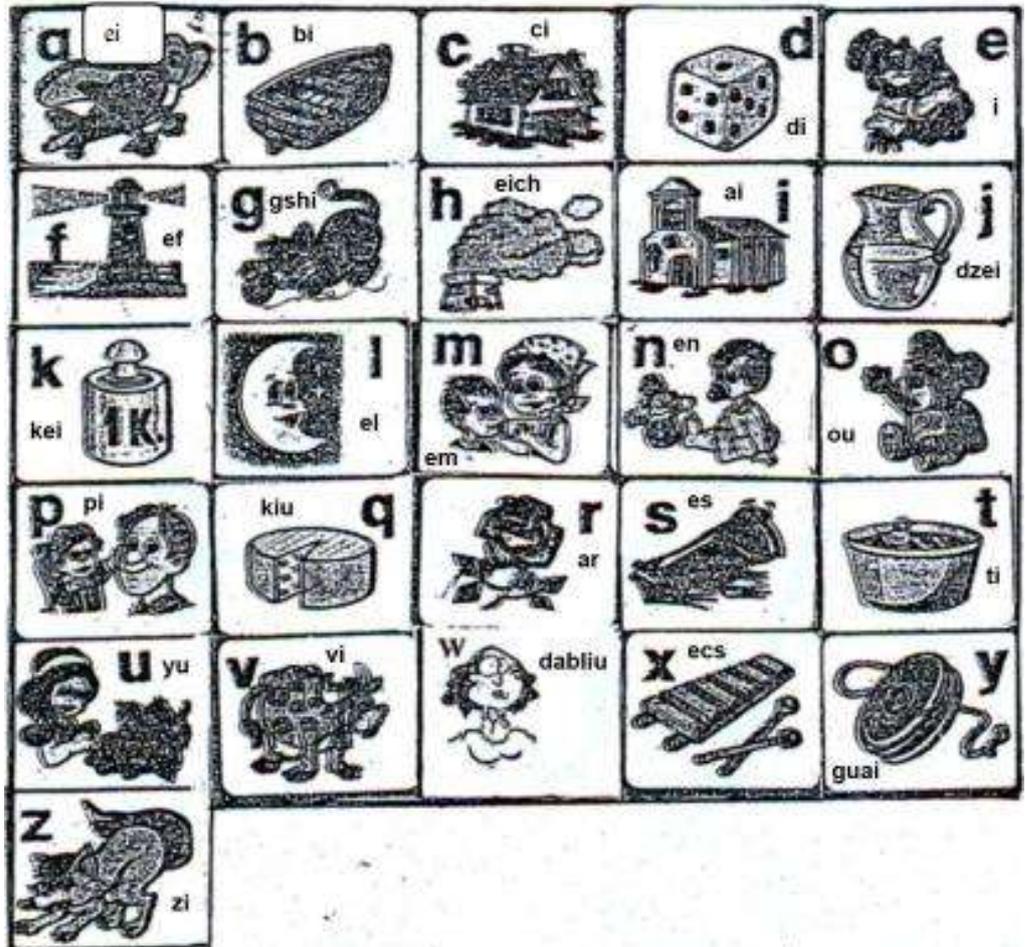
- Intercambiar información con nuestros visitantes extranjeros.
- Conocer las frases principales o básicas para la atención a la población turística.
- Aprender las frases de cortesía principales para conducirnos con propiedad en el trato al turista.
- Disfrutar del conocimiento de culturas de otros países.

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

DÍAS	ACTIVIDADES
DÍA 1	Presentación, Alphabet, personal pronouns, Greetings, actividades
DÍA 2	El verbo to be, los sustantivos, presente simple.
DÍA 3	Presente continuo, futuro, pasado continuo, presente perfecto, uso de can y could,
DÍA 4	Uso de must have to, should, in on, at, preguntas cortas y respuestas cortas, actividades.

GRAMMAR

THE ALPHABET



Practice:

What's Your name

¿Cuál es su nombre

It's Carlos Sanchez

Es Carlos Sánchez

Please spell your name.

Por favor deletree su nombre

Last name: S- A-N-C-H-E-Z

Sánchez

PERSONAL PRONOUNS

The pronouns are use instead of nouns. In English, there are eight personal pronouns.

Los pronombres reemplazan al sustantivo o nombre. En inglés existen ocho pronombres personales.

PERSONAL PRONOUNS	
Yo	I
Tu	You
El	He
Ella	She
El/ella (objeto)	It
Nosotros	We
Vosotros	You
Ellos/ellas	They

Singular	Plural
I	WE
YOU	
HE	YOU
SHE	
IT	THEY

I have a dog.	Yo tengo un perro
You are my brother.	Tu eres mi hermano

El pronombre personal tiene que concordar con el verbo, no obstante, los verbos ingleses, salvo los auxiliares, no varían, excepto en la tercera persona del singular:

Ejemplo:

I eat apples.	Yo como manzanas
You eat apples.	Tu comes manzanas
He eats apples.	El come manzanas

El pronombre "it" (3ª persona singular) se utiliza para un objeto animal o cosa.

I have a car .It is red	Yo tengo un carro. Este es rojo
--------------------------------	--

Ex: She is an intelligent girl. [Ella es una chica inteligente.] Correcto

Is an intelligent girl. Incorrecto

The pronoun "I" is always written in capital letter.

El pronombre "I" siempre se escribe con mayúscula

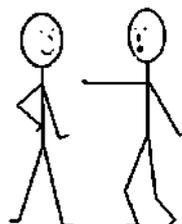
Ex: I am a teacher

Notice that "YOU" is either singular or plural.

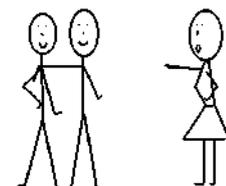


El pronombre "YOU" es tanto singular "TU/ USTED" como plural "USTEDES/ VOSOTROS."

YOU



YOU

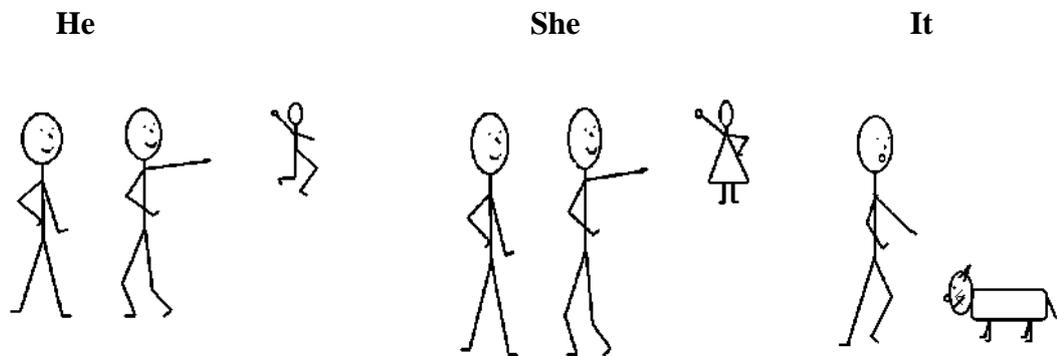


Ex: You are my friend. [Tú eres mi amigo]

You are students. [Ustedes son estudiantes]

The pronouns: “HE, SHE, IT” can replace the singular nouns: Luis (he), Mercedes (she), or table (it).

Los pronombres “HE (EL), SHE (ELLA), IT (ELLO)” pueden ser utilizados en lugar de sustantivos tale como: Luis (he), Mercedes (she), o mesa (it).



Henry is a doctor. [Henry es un doctor.]

He is a doctor. [El es un doctor.]

The plural of “HE, SHE, IT” is “THEY”.

El plural para los pronombres es “HE [EL], SHE [ELLA], IT [ELLO]” THEY” [ELLOS]

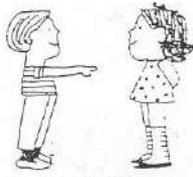
Ex: **Carmen (She) and Manuel (he)** are friends. [Carmen y Manuel son amigos.]

They are friends. (Ellos son amigos.)

Practice



I am



you are



he is



she is



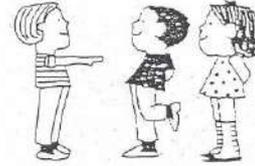
it is



it is



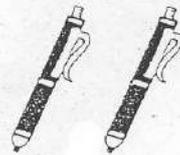
we are



you are



they are



they are



they are

Subject Pronouns

Pronombres Personales

I am happy.

Yo estoy contento/a.

You are sad.

Tú estás triste.

He is rich.

Él es rico

She is poor.

Ella es pobre.

It is big.

Es grande.

We are strong.

Nosotros somos fuertes.

They are weak.

Ellos son débiles

I = es siempre mayúscula, aún cuando esta no representa la primera letra de una frase u oración.

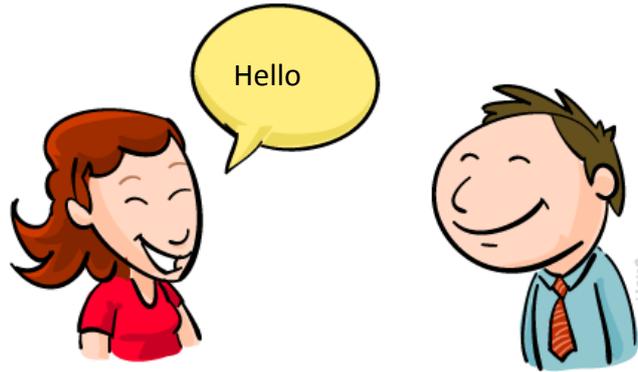
You =es usado de dos formas cuando se refiere a una persona o varias

It= es usado para objetos pero también lo es frecuentemente cuando se refiere a animales.

They =se usa para ambos casos, gente y objetos.

GREETINGS

(SALUDOS)



Good morning everybody! (Buenos días con todos)

How are You? (¿Cómo están ?)

Good Morning
Night

Good Afternoon

Good Evening

Buenos Días

Buenas Tardes

Buenas Noches

PRACTICE THE CONVERSATIONS

CONVERSACIÓN		
MEETING A PERSON		
Mary:	Good morning	Mary: Buenos Días
Carlos	Good morning	Carlos: Buenos Días
Mary:	What is your name?	Mary: Cómo te llamas?
Carlos:	My name is Paul What is your name?	Carlos: My nombre es Carlos
Mary:	My name is Betty Nice to meet you, Paul	Mi nombre es Mary Gusto en conocerte, Carlos
Carlos:	Nice to meet you, too	Igualmente.



Conversación:	
Manuel: Hello	Hola.
Javiers:Hi!	Hola (que fue, que hay)
Manuel: How are you?	¿ Cómo estás ?
Javiers: I´m well, Thanks. And you? Are	Estoy bien, gracias ¿Y tú? ¿Estás bien?
Manuel: No, I´m not well. How about you?	No, no estoy bien. y Tú ?
Javiers : I´m fine, thanks	Estoy bien, gracias.

Conversación	
Carlos: Good morning, María, How are you?	Buenos días María. Cómo estás?
Angela : Good. How are you?,	Bien y tu?
Carlos: I´m fine, Thanks.	Estoy bien Gracias
Angela: Nice to meet you, Carlos.	Gusto en conocerte Carlos
Carlos: Nice to meet you too.	Igualmente

Explicaciones :

La expresión “nice to meet you “(un gusto conocerte), se usa mucho en inglés . La palabra “too” puesta al último de la oración significa también.

Hello (cuando uno se encuentra con alguien) Good - bye (para despedirse)

How`s it going? (¿Como te va?) , Se usa más frecuentemente ésta expresión, es lo mismo que decir: How are you? , que es una expresión más formal.

GREETINGS

Para Saludarse

Hello

Hi

How are you?

Good morning?

Good Afternoon?

Good evening?

How's it going

Para Despedirse

Good –bye

Bye

See you

Nice to meet you

Have a good evening

Good night

See you later. Have a nice day

ACTIVITIES

- Lección: el alfabeto
- Repasar los pronombres personales
- Complete: los saludos

Buenos días.....

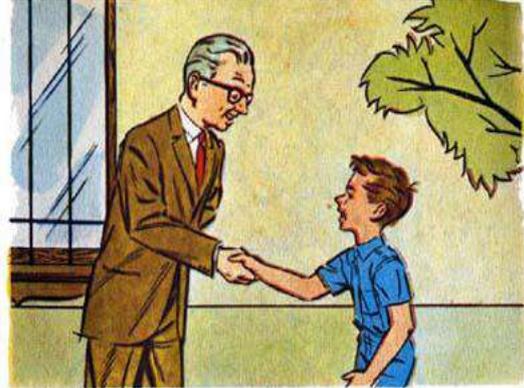
Buenas tardes.....

Buenas noches.....

THE VERB BE (PRESENT): AM, ARE, IS

The verb “be” has three forms in the simple present: AM, ARE and IS.

El verbo BE tiene tres formas para el presente (simple).



The verb BE can be conjugated as follows:

El verbo BE puede ser conjugado de la siguiente manera:

FULL FORMS		
I	AM	HAPPY
HE	IS	
SHE		
IT		
WE	ARE	
YOU		
THEY		

A contraction or apostrophe (') is a symbol used to denote omission of letters.

Una apóstrofe o signo de contracción, es un símbolo utilizado para indicar omisión de letras.

Ex: **She’s** a student in our University.

She’s = She is

The verb “BE” is used with contractions.

El verbo BE se usa contracciones.

CONTRACTIONS	
I'M = I AM	HAPPY
HE'S = He is SHE'S = She is IT'S It is	
WE're = WE ARE YOU're = YOU ARE THEY're = THEY ARE	

We use full forms for formal writing, and contractions in conversation and informal writing.

Utilizamos las formas completas en escritura formal y las contracciones en inglés conversacional o escritura informal.

Ex:

Informal

Dos amigos en la calle: Hi John. I'm very happy to see you. [correct]

Formal

En reunion de negocios: Mr. Carter, you are next. Follow me please. [correct]

The verb "BE" can be contracted in negative statements as follows:

El verbo BE se contrae en oraciones negativas de la siguiente forma:

FULL FORMS	CONTRACTIONS	
I am not interested.	I'm not interested.	*
He is not in this house.	He's not in this house.	He isn't in this
It is not here.	It's not here.	It isn't here
You are not married.	You're not married.	You aren't

We are not late for meeting	We're not late for the	We aren't late for the
They are not friendly.	They're not friendly.	They aren't

El verbo 'be' es negativo cuando se coloca la palabra "not" después del verbo

I'm not happy.	Yo no estoy contento
She is not sad.	Ella no está triste
They are not weak.	Ellos no son débiles

SUSTANTIVES

Los sustantivos forman el plural añadiendo la terminación "-s":

cat / cats

head / heads



Cuando el sustantivo presenta una de las siguientes terminaciones forma el plural añadiendo "-es":

- s (focus / focuses)

- ss (miss / misses)

- sh (fish / fishes)

- ch (stitch / stitches)

- x (fox / foxes)

Si el sustantivo finaliza en "-y":

Tras consonante: presenta en plural la terminación "-ies"

Battery / batteries

Tras vocal: forma el plural añadiendo “-s”

Bay / bays

Si el sustantivo termina en vocal “-o” forma el plural añadiendo “-es”:

Tomato / tomatoes

Nombres geográficos con / sin artículo

Con artículo “the”:

a) Países que incluyen en sus nombres expresiones del tipo: república, estado, reino:

The Soviet Union

The United States of America

The United Kingdom

b) Países con nombres 226e tus226:

The Netherlands

c) Islas con nombre en plural:

The Bahamas / The Falklands

d) Regiones:

The north of Finland

The south of Italy

e) Montañas con nombre en plural:

The Alps / The Andes

e) Nombres de, mares, ríos:

The Pacific Ocean



The Red Sea

The Mississippi

No llevan artículo “the”:

a) Nombre de países y continentes (salvo en los casos mencionados anteriormente):

Europe / Asia / America

Spain / France / Turkey

b) Nombre de ciudades:

Paris / Rome / London

c) Nombres de islas en singular:

Sicily / Menorca

d) Nombres de montañas en singular:

Mont Blanc / Everest

e) Nombre de lagos:

Lake Baikal / Lake Michigan

a) Present continuous

a.1) Describe acciones que están ocurriendo en ese preciso momento.

I am ²²⁷ reading the newspaper (lo estoy leyendo ahora)

a.2) También puede describir acciones que ocurren alrededor del momento actual, aunque no precisamente ahora.

I am planning a trip to Egypt for this summer (por ejemplo, le estoy contando a un amigo que estoy planeando un viaje; no es que lo esté planeando en ese preciso momento)

Present simple

Describe acciones habituales, actuales, generales,

que no tienen por qué estar ocurriendo

en ese preciso momento.

I work in a bank

I speak English very fluently

In Madrid people drive very fast



Describe también acciones que se repiten periódicamente, acciones rutinarias.

Every morning I have a meeting with my boss at 8 o'clock

I play tennis every Sunday

Algunos verbos no se suelen utilizar en tiempo continuo, por lo que en estos casos hay que emplear el “present simple”:

Verbos que describen acciones de los sentidos: feel, hear, see, smell...

Verbos de sentimiento / emoción: like, love, hate, want, wish, fear, desire, detest, dislike...

Verbos de acciones mentales: agree, believe, forget, know, remember, think (=tener una opinion), understand, realize...

Verbos de posesión: belong, own, possess...

Por último, decir que estas dos formas verbales se emplean a veces para describir acciones futuras.

Present Continuous

Describe una acción que va a tener lugar en un futuro más o menos inmediato, pero que la decisión de realizarla fue tomada en el pasado.

Next Monday I am flying to Paris

(La decisión de volar a París no la he tomado justo en este momento sino que ya lo había decidido con anterioridad)

Con un sentido similar se podría utilizar la expresión “going to...”.

Next Monday I am going to fly to Paris

No obstante entre el “present continuous” y “going to...” hay algunas diferencias:

a) El “present continuous” se prefiere en aquellas acciones que han sido ya programadas del tipo, reuniones, viajes, fiestas, etc, en las que hay que poner de acuerdo a otras personas.

b) La expresión “going to...” se utiliza principalmente cuando se quiere resaltar la voluntad del emisor. Este está plenamente decidido a realizar esa acción por lo que hay muchas probabilidades de que se lleve a cabo. Posiblemente el emisor haya realizado ya alguna actuación encaminada a ejecutar la acción.

This evening I am going to see the match between Real Madrid and Barcelona

(ya he comprado las entradas)

c) También la expresión “going to” se utiliza para describir acciones que van a suceder en un futuro inmediato ya que hay indicios que apuntan a ello:

The sky is very dark; it is going to rain

d) Mientras que con el “present continuous” siempre hay que mencionar el momento en el que se va a desarrollar la acción, con la expresión “going to...” cabe a veces omitir toda referencia temporal (se entiende que va a tener lugar en un futuro inmediato pero no se precisa cuando).

Future

El “future” describe acciones futuras, si bien no tienen por que ser tan inmediatas como con el “present continuous” o con “going to...”.

Past simple



El “past simple” describe una acción pasada ya finalizada.

When I was young I lived in Madrid

(ahora vivo en Barcelona)

Past continuous

Indica que una acción se estaba desarrollando en cierto momento del pasado al cual se hace referencia. No dice si la acción ya finalizó o todavía continuaba.

When the mother came home her husband was playing with the kids (no sabemos si terminó de jugar en ese momento o continuó jugando)

A veces se describen dos acciones simultáneas que tuvieron lugar en el pasado. En dicho caso, se utiliza el “past simple” para describir aquella que finalizó y el “past continuous” para aquella otra que estaba ocurriendo cuando la primera tuvo lugar.

Yesterday evening when you called me I was having a shower

When the parents arrived home the children were watching TV

Otra diferencia entre ambos tiempos es que el “past continuous” se utiliza a veces para indicar que la acción es más casual, menos planificada.

Yesterday morning, from 8 to 10, I was running (algo rutinario, que suelo hacer con frecuencia, por lo que no lo resalto)

Yesterday morning, from 8 to 10, I ran (algo diferente, un tanto extraordinario, por lo que quiero destacarlo)

Presente Perfect

- Acción que se inició en el pasado y que aún continúa desarrollándose.

I have worked in this bank for ten years (todavía estoy en el banco)

- Acción que acaba de finalizar.

I have missed my train (lo acabo de perder)

- Acción que se ha desarrollado en un periodo de tiempo que aún no ha terminado.

This morning I have had a very tense meeting with my boss (aún es por la mañana)

Today I have visited my parents (el día todavía no ha finalizado)

- Acción desarrollada en el pasado pero cuya repercusión aún se manifiesta en el tiempo presente.

My brother has broken his glasses (las gafas se han roto recientemente y siguen rotas)

Comparar con la siguiente oración:

My brother broke his glasses (no sabemos si las gafas ya están arregladas o no)

Para terminar, señalar que en ocasiones las diferencias entre estos dos tiempos no son muy nítidas, y de hecho en algunos casos cabría utilizar cualquiera de ellos.

Present perfect simple

Describe una acción que comenzó en el pasado y que acaba de finalizar. Pone el énfasis en el resultado y no en la acción en sí misma.

I have read a book (destaco que he leído un libro, que lo he terminado, y no el hecho de haber dedicado un tiempo a la lectura).

En el siguiente ejemplo se puede observar la diferencia entre estas dos formas verbales:

I have done my homework (indico que ya lo he finalizado)

I have been doing my homework (indico la actividad que he estado desarrollando; no informo de si he terminado mis deberes o no)

Se utiliza también para indicar cuantas acciones se han realizado en un tiempo determinado.

Can / May

a) Posibilidad vs Probabilidad

“Can” indica que algo es posible (las circunstancias lo permiten o alguien tiene la habilidad de hacerlo).

I can play tennis quite well

I can open that door with my key

I can run for two hours

This car can go faster than 200 km per hour

You can go to France without a passport



“May” indica que algo es probable; equivale a “perhaps”

My friend may win the race

The sky is very dark. It may rain

b) Permiso

Can / Could

“Can” y “could” se utilizan para expresar permiso, posibilidad o habilidad. Como regla general “can” se utiliza en el presente y “could” en el pasado, pero hay ciertos matices:

a) Posibilidad / habilidad

En el presente “can” y en el pasado “could” o “was / were able”.

With the new motorway you can go from Madrid to Barcelona in less than 4 hours

Ten years ago you could go from Madrid to Barcelona in 6 hours

I can play tennis

I could (was able) to play tennis when I was a child

“Could” también se utiliza con un sentido condicional, mientras que en el futuro se emplea “will be able”:

If I had money I could buy a new car

In two years I will be able to speak English fluently

Must / Have to

“Must” y “Have to” expresan una obligación. A veces se pueden utilizar indistintamente (especialmente con la primera persona donde prácticamente tienen el mismo sentido), no obstante existen ciertas diferencias.

“Must” se utiliza con el tiempo presente y futuro

“Have to” con pasado, presente y futuro

“Must”: el emisor impone una obligación.

“Have to”: el emisor no impone ninguna obligación, se limita a comunicar una obligación que existe.

Should

Se utiliza para dar consejos. Se indica que algo es bueno y por lo tanto se debería hacer. Es una recomendación, no una obligación. Tiene menos fuerza impositiva que “must” y que “have to”.

If you feel bad you should go to the doctor

También se utiliza para dar una orden pero de forma muy educada.

Anyone who wants to enter the conference should show his credentials



(Se trata realmente de una obligación –es obligatorio mostrar las credenciales para entrar en la conferencia-, pero está expresada de forma poco coercitiva)

Construcción: este verbo modal va seguido del infinitivo del verbo principal sin la partícula “to”.

Se utiliza en pasado, presente y futuro.

I should have finished my report yesterday (pasado)

You should help me, I can not do it alone (presente)

Tomorrow you should call your parents (234e tus)

El pasado se utiliza para indicar algo que se debería haber hecho y no se hizo.

La forma 234e tus234i es: shouldn't

You shouldn't smoke

Y la forma 234e tus234ive234234e: Should + sujeto...?

Should I wear a dark suit for the party?

IN

a) Dentro de un espacio cerrado:

in the bedroom / in my office / in your pocket / in hospital / in prison / in bed

in the front / in the back of a car (pero; at the front / at the back of a cinema, of a building)

O dentro de un objeto:

in that book / in the water

b) En un lugar abierto (sitios determinados con unos límites definidos):

in the park / in the street / in the garden / in the queue

c) Con países y ciudades:

in Spain / in Madrid / in my country / in this town

ON

a) Sobre una superficie, con contacto físico:

on the table / on the wall / on the floor / on my shoulder / on page 103 / on the second floor

b) Con las expresiones:

on the left / on the right

AT

a) Lugar determinado:

at the door / at the window / at the light / at the top of the page / at the bridge

b) Con las expresiones:

at home / at school / at work / at the office / at the bus stop / at the airport / at someone's house

c) Con acontecimientos:

at the party / at the meeting / at the conference

d) También se puede utilizar con edificios, con un significado diferente al de "in":

at the museum (en el museo: puede ser dentro o justo fuera)

in the museum (dentro del museo)

e) "At" se utiliza cuando se menciona donde tuvo lugar un acto:

This morning I visited the painting exposition at the National Museum

Yesterday we had dinner at the new Chinese restaurant

f) O con lugares abiertos con agua: "at": al lado; "in": dentro

at the river (en la orilla del río) / in the river (dentro del agua)

at the lake / in the lake

at the swimming pool / in the swimming pool

at the sea / in the sea

En numerosos casos con un mismo sustantivo se pueden utilizar diferentes preposiciones si bien el significado varía:

in the car (dentro del coche)

on the car (sobre el coche)

Preposiciones de movimiento: To / In / On / At

a) From: Indica el **origen** de un movimiento.

We went from Paris to London

I come from Spain

Where do you come from?

b) To: Indica el **destino**, el punto final de un movimiento, con verbos como:

to go to / to come to / to drive to / to fly to /

to travel to / to run to / to walk to

I will go to America

You walk to the cinema

She flied to London

My father drove to the beach

He went to a party

She went to bed

La expresión **“to get + to”** significa llegar a un destino; se puede utilizar con cualquier destino:

This morning I got to the office at 10 o'clock

She got to England last week

c) Into: cuando el **movimiento finaliza dentro** de un lugar.

The police went into my house

It is raining; we can go into the cinema

Mientras que la preposición **“in”** se utiliza habitualmente para indicar **posición**.

He studies in his room

d) “Out of”: salir de un lugar

He went out of the theatre

The robbers went out of the bank with a hostage

e) “On”; cuando el **movimiento finaliza sobre una superficie**

The birds land on the tree

The rain falls on the car

“On” se puede utilizar también para indicar **posición**

Your glasses are on your desk

f) Onto: movimiento que implica un **cambio de nivel**

My father went up onto the roof

The cat jumped onto the chair

Peculiaridades

1.- Con el verbo “to arrive” no se utiliza la preposición “to” sino:

“in” (si el destino es una ciudad o un país)

“at” (si el destino es un pueblo u otros destinos)

I arrived in Paris / in France

She arrives at the museum / at the railway station

2.- Con el sustantivo “home” no se utiliza preposición:

To go home: ir a casa

To get home: llegar a casa

To come home: venir a casa

Why don't you come home?

After work I went home

Yesterday I got home very late

Preposiciones utilizadas con medios de transporte

a) Viajar en un medio de transporte

Si se hace referencia únicamente al

medio de transporte utilizado y no

a un vehículo concreto se utiliza

la preposición “by”:

To go by car

To go by train

To go by plane

To go by ship

To go by bus

To go by motorbike

To go by bicycle

También:

By road

By sea

By air

By rail

By underground

Salvo en las expresiones:

On foot

On horse

On a bicycle



Cuando se hace referencia a un vehículo concreto:

Se utiliza la preposición “in” con los siguientes vehículos:

In my car

In a taxi

2.- Y la preposición “on” con los siguientes vehículos:

On the bus number 12

On the 09:00 train

On a very old ship

On my bike



Subir o bajar de un medio de transporte

Depende del tipo de vehículo:

1.- Con “car”, “taxi” se utilizan las expresiones:

Get in (into): subir

Get out of : bajar

2.- Con “train”, “bus”, “horse”, “bicycle”, “motorbike”, etc.:

Get on (onto): subir

Get off : bajar

Con un barco se utiliza la expresión:

To go on board



Preposiciones de tiempo: At / On / In At

Se utiliza para señalar momentos puntuales del día:

At six o'clock

At midday

At breakfast time

At what time?

También se utiliza en:

At the age of 14 years

At the weekend

Y con periodos vacacionales oficiales:

At Christmas

At Easter

On

Con días de la semana o días determinados:

On Monday

On Friday evenings

On my birthday

On 15 November

In

Con meses del año:

In January, in April

Con estaciones:

In winter, in autumn

Con años:

In 1964



Con siglos:

In the 19th century

Con períodos del día:

In the morning, in the afternoon, in the evening (pero: at night)

No obstante, si se indica a que día corresponde ese periodo entonces se utiliza “on”:

On Friday morning

On Saturday night

In + a period of time:

In 10 weeks

In two hours

In three months



Indicando direcciones

Relación de diversos giros que se utilizan a la hora de facilitar información sobre una dirección.

Find (see) the pharmacy in front of you

(on your right / on your left, ...):

Encuentra (ve) la farmacia delante suya

(a su derecha, a su izquierda, ...)

Go along (the street, the avenue, ...):

Continúa a lo largo (de la calle, avenida, ...)

Go back (till the hotel, ...): Vuelve hacia atrás (hasta el hotel, ...)

Go down: Sigue cuesta abajo



Go on: Continúa

Go past (the Post Office, ...):

Sigue hasta pasar Correo

Go straight on: Continúa recto

Go to the end (of the street, of the road, ...):

Continúa hasta el final (de la calle, de la carretera, ...)

Go up: Sigue cuesta arriba

Halfway down the street (up the street): A mitad de camino calle abajo (calle arriba, ...)

Take the first (the second, ...) turning on your left (on your right, ...): Coge la primera calle a mano izquierda

That place is round the corner: Ese lugar está cerca de la esquina (a la vuelta de las esquinas)

That place is at the corner: Ese lugar está en la esquina

Till the corner (the turning, ...): Hasta la esquina (la bocacalle, ...)

Till you see the restaurant on your right (on your left, in front of you, opposite you, ...): Hasta que veas el restaurante a tu derecha

Till you come to the restaurant: Hasta que llegues al restaurante

Turn left (right) into the street (the avenue, ...): Gira a la izquierda y entra en la calle

Para brindar Consejos

Distintas estructuras que se utilizan en inglés para dar consejos:

Con verbos modales: You + (must / should) + ...

You must visit the dentist

Con la estructura: You had better + 244e tus244ive (sin “to”)

You had better consult with your lawyer

If I were you I + (should / would) ...

If I were you I should look for a new job

I advise (I would advise) you + 244e tus244iv

I advise you to rest in bed; you have fever

Why don't you +...

Why don't you buy a new car

It is time you + pasado simple

It is time you went to bed

Respuestas cortas

Su estructura es la siguiente:

So am I / Neither am I

So do I / Neither do I

So can I / Neither can I....

Se utilizan para expresar coincidencia con lo manifestado por el interlocutor.

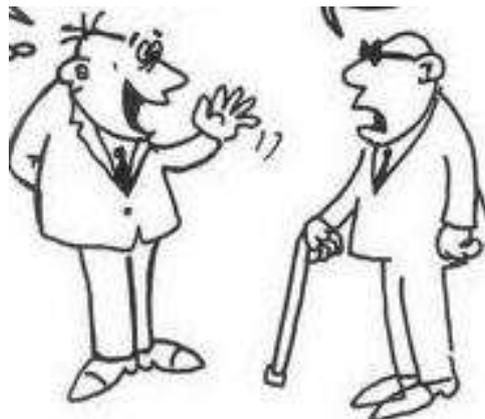
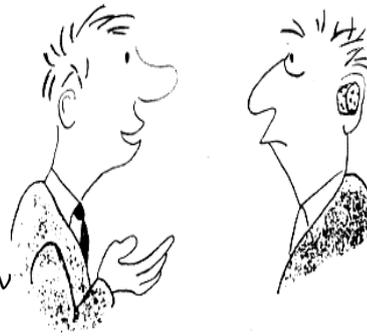
a) Si éste realiza una afirmación, la coincidencia se manifiesta con las expresiones:

“So am I” / “So do I” / “So can I” / “So have I”

(El utilizar una u otra dependerá del verbo de la oración principal)

b) Si por el contrario éste realiza una negación, la coincidencia se manifiesta con las expresiones:

“Neither am I” / “Neither do I” / “Neither can I” / “Neither have I”



En el caso de la negación se puede utilizar también una estructura alternativa:

“I am not either” / “I do not either” / “I can not either” / “I have not either”

El verbo que se utiliza en estas respuestas es el auxiliar de la oración principal:

(Peter) I can play tennis / (John) So can I

(Peter) I haven't been to Paris / (John) Neither have I

(Peter) I study French / (John) So do I

El verbo de estas respuestas va en el mismo tiempo que el de la oración principal:

(Peter) I was in Germany last November / (John) So was I

(Peter) I won't play football this Sunday / (John) Neither will I

(Peter) I worked in a bank last summer / (John) So did I

El sujeto es siempre un pronombre personal:

(Peter) I am going to the cinema / (John) So is she

(refiriéndose a una tercera persona que por el contexto ambos interlocutores conocen)

(Peter) I finish my studies this year / (John) So do we

Question tags

Son preguntas cortas que realiza el emisor al final de la oración con intención de enfatizar.

You have finished your exam. Haven't you?

He doesn't speak German. Does he?

Se utilizan para:

a) Pedir confirmación.



b) Pedir información.

Ello va a depender de la entonación

de la “question tag”:

a) Entonación descendente: se pide al interlocutor confirmación de lo que uno ha dicho (no es una pregunta, no se pide información).

You have been to Paris. Haven't you? (bajando el tono de voz)

El emisor está plenamente convencido de que su interlocutor ha estado en París. Le pide (y espera) que se lo confirme.

b) Entonación ascendente: se pide información.

You haven't seen my brother . Have you? (subiendo el tono de voz)

El emisor no sabe si su interlocutor ha visto o no a su hermano. Espera que le responda y que le facilite alguna información.

Por ejemplo:

- Yes, I have seen him one hour ago in the street

- No sorry, I haven't seen him

También se utilizan las “questions tags” con oraciones negativas para solicitar de modo informal pero cortés algún favor.

Youu couldn't bring me a glass of water. Could you?

¿Cómo se construye la “question tag”?

Su estructura es muy simple:

verbo auxiliar (de la oración principal) + pronombre personal

Your brother has bought a new car. Hasn't he?

My mother phoned me. Didn't she?

Your sister is in London. Isn't she?

You can play tennis. Can't you?

Your brother will go with us to the cinema. Won't he?

El sujeto es siempre un pronombre.

Si la oración principal es afirmativa la "question tag" es negativa.

You are coming with us. Aren't you?

Y viceversa: si la oración principal es negativa la "question tag" es afirmativa.

You are not coming with us. Are you?

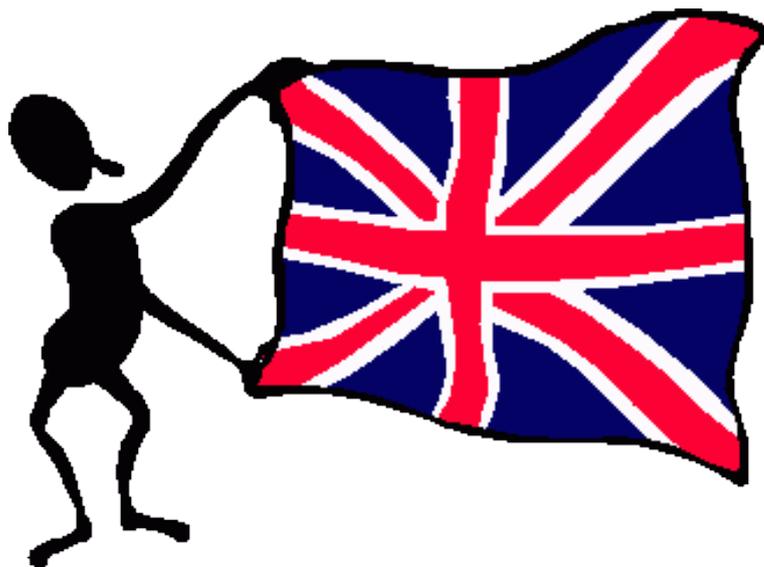
Algunos casos particulares:

a) Con oraciones imperativas se utiliza como verbo auxiliar "will" y va en afirmativo.

Open the door. Will you?

b) Con oraciones del tipo "Let's..." se utiliza como verbo auxiliar "shall" y va en afirmativo.

Let's play tennis. Shall we?



TECHNICAL VOCABULARY

AIRPORT HOTEL.—Hotel aeropuerto— it is an hotel near the airport.
Sometimes for turist that the next day will fly again

ACCESIBLE.—Acesible— that can be acces

ADJOINING.—Contiguo— next to each other

AIR-CONDITIONER.—Aire acondicionado— instrument to controled the temperature

AMENITIES.—Servicios, instalaciones—the things of house and the conforteble instruments

ADJUSTING.—Ajustar—something that can be changed

ANNEXE.—Anexo— it is an extra edification

ATTIC.—Atico— it is the room at the top of a building

ACCOUNTS.—Contabilidad—the departament which controled the money

ANSWERABLE TO .—Responde de— responsible to

APPRENTICE.—Aprendible— someone who is learning

ABANDNEDO.—Abandonado— noone live here

AGENCY. —Agencia—place where give you information aln organiced travels

APARTAMENT.—Apartamento—it is an small flat that you use for live in

ACOMODATIONS.—Alojamiento—place to stay in

BED AND BREAKFAST.—Cama y desayuno— in the price of the bedroom is included too the brekfast

BUNGALOWS. — Casas pequeñas small houses whit one storey

BROCHURE.—Propaganda—informative paper for the tourist

BILL.—Cuenta—displatch note

BUFFET SERVICE.—Servicio de buffete—where guests serve themselves for a number of dishes

BEACH UMBRELLA.—Sombrilla—you use it to protect under it of the sun

BONUS.— plus, prima—something pleasant in addition to what was expected

BUDGET.—Presupuesto— a initial price before do something

BUSSINES CENTER.—Centro de negocios—it is a room to do bussines

BARGAINING.—Trato, pacto—it is an agreement between some people

BELL PERSON.—It is the person who is in the reception

BARGAINING.— Regatear—argument between the buyer and the seller about the price of somethinhg. The buyer want the object more cheaper

BIG ROOMS.—Habitaciones grandes— room with a lot of cubic metersC

COMMERCIAL HOTEL.—Hotel comercial—it is an tipe of hotel

CONGRESS HOTEL.—Hotel de congresos—it is a hotel in which the clients are mainly people of bussines that are going to give lectures

CURRENCY EXCHANGE.—Cambio de divisa—it is a service that offers some hotel, so you can pay with the city currency

CAR PARKING.—Aparcamiento –it is the place wher you park the car in the hotel

COURTESY COACHES.—Vehículo de cortesía—it is a service which give the hotel. It is a bus which take you to some place

COTTAGE.— Casa rural—house of field to enjoy the rural tourism. house in a country

CABIN.—Cabaña—small hutmade of wood

CANOING.—Piragüismo—a nautic deport

CRECHE FACILITY.—Guarderia—a place where somebody care for the babys of the workers

CELEBRATED.—Cerebrar— famous

CHAIN.—Cadena—group of hotel by the same company or person

CONVENIENCES.—Facilidades— facilities

COMMUNAL ROOMS.—Habitaciones comunes—romos used for everyone

CONFERENCE.—Conferencia—formal meeting for discussion or excahnge of views between people who have the same interest or are in the same bussines

CONVERTED INTO.—Convertir en – changed in to

COOKING.—Cocina—food.there are a lot of tipe of cooking: french, itanlian, chinese...

CUISINE.—Cocina— a french and sofisticated metod of cooking

CORTEOUS.—Cortes—a education person

COMFORTABLEC.—Confortable, amable—a pleasant person

CAFETERIA.— Place to drink or eat

CAMPSITE.—Camping—area qhere you can intall your tent

CUSTOMER.— Cliente—people who stay in a hotel or recive the the service of something

CLAIMS.—Reclamar— ask or demand something

CONCIERGE.—Conserje—person in charnge of a lot of things in a hotel like buying tikets for a concert or a thetre, informs to the customers

CHAMBER-MAID.—Camarera, señora de la limpieza— member of the staff in a hotel in charge of cleaning

CHEF.—Cocinero—person in charge of the restaurant

CLERK.—Atención al público—it is some one en charge of attens the needs of the guetsD

DOUBLE ROOM.—Habitacion doble—a room with two beth or two person

DE LUX.—de lujo—luxurious

DESIGNATED AREAS.—Areas designadas—areas marked out for a particular purpose

DEPARTAMENTS.—Departamentos—the differents seccion of a hotel

DETAILS.—Detalles—adorments that are used to make something more beautifull

DUTIES.—Deberes—task that you must to doE

EYE-CATCHING.—Atrayente— attractive to seee

EARLY SUPPER.—Cena para niños—an early dinner for childrens

EFFICIENT.—Eficiente—person who do his job well.

ELEGANT.—Elegante—something beautifull

EXTENSION.—Extension—part of a building that you have added

ELEBORATE.—Elaborado— carefully made and highly developed

EXPAND.—Ampliar— grow F

FLY-DRIVE HOLIDAY.—Viaje aire tierra—means that you contract a service of fly and car for your travel in the agency

FRIENDLY STAFF.—Amistoso—when the service is high-quality and competent

FACILITIES.—Servicios del hotel—Set of characteristic and equipment on which it counts a hotel.

FEE.—Tarifa-Price's table.

FOYER.—Vestibulo—Main entrance of hotels where the clientele can wait for being attended.

FORTMIGHT.—Quincena—15 days

FURNISHING.—Mobiliario—furniture in rooms

FIVE STARS.—Cinco estrellas—a hotel very luxurious

FULLY LICENCE.—Licencia de alcohol—the the hotel has a licence for serving alcohol

FLOOR.—Planta.—group of room in a buiklding which are in the same height

FIRE ESCAPE.—Salida de incendios—exit by which people can leave a building in case of fire

FOLK DANCING.—Música del pueblo.— traditional dancing of a community or countryG

GUEST HOUSE.—Casa de huéspedes—it is a house which rent some rooms

GUIDE BOOK.—Guia turistica—a book in which appears something about tourism

GET A PERMET.—TO Dar permiso— to get a permission

GOURGEOUS.—Magnifico—wonderful, great

GOOD VALUE FOR MONEY.—Buena relacion calidad-precio—a good relation between the price and the quality

GENERAL MANAGER.—Presidente—hotel's presidet

GUEST.—Huesped—person who stays in a hotel

GUEST'S NEEDS.—Necesidades de los clientes—something that the guets in a hotel need during their visit

HIGH CHAIR.—Trona—a trone for babys

HIGH SEASON.—Temporada alta—the part of the year with most guests

HALF BOARD.—Media pension—it is a service contracted of bed, breakfast and lunch or dinner

HOTEL.—a building where people who travel can eat and sleep there

HONEY MOON.—Luna de miel— holiday taken by a newly married couple

HOISTS.—Barandillas para discapacitados—devices used by people who aren't able to lift themselves

HOMELY.—Sencillo—simple but comfortable

HOSPITALITY.—Hospitalarios— friendly and generous treatment of guests

HOUSE KEEPER.—Personal de mantenimiento – member of the staff in case of hotels maintenance

HOTELIER.—Hotelero—person who own or manages hotels

HEAVY WORKLOAD.—Mucho trabajo— a lot of work to do

HIGH LABOUR TURNOVER RATE.—when you hire a lot of people to work there very frequently

IN ADVANCE.—De antemano—ahead in time

JOURNEY.—Viaje—go to a place, usually far from the place you live

KING-SIZE.—Habitación principal—principal room

LAUNDRY SERVICE.— Lavandería—Hotel's service where you can lend your clothes for washing and iron.

LOUNGE.— Salon—sitting room

LUXURIOUS.—Lujoso— very comfortable

LIVE MUSIC.—Música en vivo— music that is performed (i.e. not recorded)

LODGE.—Casa de campo— country house or cabin

LOW SEASON.—Temporada baja—the part of the year when there aren't the most guests

LOG BOOK.—Registro.—official written record of guests' request

LARGE ROOM.—Habitacion grande—a big room in the hotel

LEAFLET- PAMPHLET.—Folleto— Pamphlet to promote a certain product or service.

NIGHT PORTER.—Portero de noche—person in charge of closing and caring the hotel's principal door

NAPPY CHANGING.—Servicio de cambio de pañales—equipment and place where a baby can be changed and cleaned

OCUPANCY RATES.—Plazas ocupadas—it's the number of rooms that are being used by the guests at the moment

ORGANIZATION.—Organizacion—coordination

PRICE.—Precio—amount of money that something costs

PERMITS.—Permisos.— official documents that give sb the right to go somewhere or do something

PORTER.—Portero.—person in charge of keeping the hotel's door

PERSONAL TOUCH.—Trato personal.—something that has a personal detail

QUALITY.—Calidad—when something is good

RESORT HOTEL.—Complejo hotelero— This is a type of hotel that has many facilities. Found in places where tourists usually go, they can enjoy room service, security for valuables, doctor, hairdressing, shop, disco and all they can require. Guests book in advance and generally stay for one or two weeks.

ROOM SERVICE.—Servicio de habitaciones—This consist that employees to look after all. They to carry the things your room and they to tyde up it.

RECREATION LOUNGE.—Sala de entretenimiento—Place of hotel where you can realize several activities of leisure.

RECEPTION.—Recepcion—the place in a hotel to registration or revived information about something reletined whith the hotel

RESTFUL.—Relajante—relaxing

REDUCCTION.—Abaratamiento—to be more cheaper

RUSTIC.—Rustico—something that is relatioded to contryside

RATE.—Tarifa—price, charge

ROUGHING IT.—Vivir sin comodidades—when you live without comoditions

ROCKY BEACH.—Playa rocosa.—a beach with a lot of rocks

ROOM HOTEL.—Habitacion de hotel—one of the part in a hotel where you sleep

RECOMENDATION.—Recomendacion—you advise someone about something

REGULAR CLIENTELE.—Cliente frecuente—when a place recived people during all the year

REQUEST.— Peticion—you want someone to do something

RESERVATION.—Reserva—request in advence a seat in anywhere booking

RANGE FROM...TO—Colocar frente a— vary between specified limits

STAFF.— Trabajadores—people who are engage in a bussines or a hotel

SERVICE.—Servicio— people who work in a hotel

SINGLE ROOM.— Habitación sencilla—a room with only one bed or only one person

SUITE.— a very big room with livingroom

SELF-CONTAINED.—Autosuficiente—self sufficient

SANDY BEACH.—Playa de arena— a beach of sand

SUN-LOUNGER.— Sitio de relax—place of relax

SOLARIUM.—Solario—place to receive UVA-rays

TO SUPPLY.—Suplir—give someone something that he need

TO STOCK UP.—Suplirse—to supply themselves

SIGN POSTED.—Poste informativo—poster when you can look for some information

SEET .—Plazas—whole of room that there are in a hotel

SWIMMING POOL.—Piscina—place to go to swim

STORIES HIGH.—Plantas—floors

SEE WALK.—Paseo por la playa—avenue near the sea

SITES.—Amplazamiento—places of ground where the buildings are placed

SEASON.—Estacion—a part of the year

SMALL HOTEL.—Hotel pequeño—it is a hotel with a few cubic meters

SUNBATHING.—Tomar el sol—when you go to the beach to exposed to bright sunlight

STURDY—Robusto— strong and solid

STABLES—Establos— buildings in which horses are kept

SPLIT INTO— Dividido en—divided into

SPACIOUS—Espacioso— with a lot of space

SPARSELY FURNISHED— Poco mobiliario—with little furniture

SANITARY FACILITIES—Aseos— toilets,washrooms,etc

TREK.—Pasear—walk around the country

TOURISM.—Turismo—travel for pleasure

TERRACE.—Terraza—place situated out side of a cafeteria in summer

TOUR OPERATOR.—Person in charge of organizing tourism pakets

TRIAL.—Sendero—small track where people can go to walk

TIP.—Propina—a small amount of money that is given for a good service

THE BIG RUSH.—Mucho trabajo—have a lot of people and work

TRAIL—Visita— path through the country

UNWIND.— Relajante—relax,especially after hard work

VACATION.—Vacaciones—time whithout job or class

WAITER.—Camarero—person that servis in bar o cafeteries

WELL-FITTING.—Buen servicio—with good facilities

WEATHER PERMITTING.—Si el tiempo lo permite—the weather permit do something

WORKAHOLIC.—Adicto al trabajo—when someone cannot stop working

WITHIN(EASY)REACH—Facil alcance— at a distance that can be (easily) travelled

YOUTH HOSTEL.—Hotel para jovenes— plecte to past the nigh

VERB LIST

INFINITIVO	PASADO PARTICIP	Y	SIGNIFICADO
act	Acted		Actuar
add	Added		Sumar, añadir
aid	Aided		Ayudar
arrest	Arrested		Arrestar
assist	Assisted		Ayudar
attend	Attended		Asistir, ir
address	Addressed		Dirigirse
advertise	Advertised		Anunciar
amuse	Amused		Entretener
approach	Approached		Acercarse
ask	Asked		Preguntar, pedir
accompany	Accompanied		Acompañar
accustom	Accustomed		Acostumbrar
agree	Agreed		Concordar
annoy	Annoyed		Molestar
answer	Answered		Responder
appeal	Appealed		Atraer
appear	Appeared		Aparecer
arrange	Arranged		Arreglar, ordenar
arrive	Arrived		Arribar
accompany	Accompanied		Acompañar
accustom	Accustomed		Acostumbrar
agree	Agreed		Concordar
annoy	Annoyed		Molestar
answer	Answered		Responder
appeal	Appealed		Atraer
appear	Appeared		Aparecer
arrange	Arranged		Arreglar, ordenar
board	boarded		Abordar
balance	balanced		Equilibrar
banish	banished		Desterrar
bark	barked		Ladrar
bless	blessed		Bendecir
brush	brushed		
behave	behaved		Comportarse
belong	belonged		Pertenecer
beg	begged		suplicar, mendigar
believe	believed		Crear
boil	boiled		Hervir
breathe	breathed		Respirar
complete	completed		Completar
consist	consisted		Consistir
count	counted		Contar
close	closed		Cerrar

cook	cooked	Cocinar
crash	crashed	Chocar
cross	crossed	cruzar
call	called	Lllamar
care	cared	Cuidar
carry	carried	Llevar
change	changed	Cambiar
check	checked	Chequear
charge	charged	cargar, cobrar
clean	cleaned	Limpiar
climb	climbed	escalar, subir
comb	combed	Peinar
cover	covered	Cubrir
cry	cried	Llorar
crawl	crawled	gatear, arrastrarse
dance	danced	bailar
dress	dressed	vestir
dropp	dropped	dejar caer
dial	dialed	sintonizar, marcar
die	died	morir
declare	declared	declarar
delay	delayed	demorar
deliver	delivered	entregar
deny	denied	negar
dine	dined	cenar
dry	dried	secar
enclose	enclosed	incluir, encerrar
enjoy	enjoyed	disfrutar
engage	engaged	comprometer
envy	envied	envidiar
express	expressed	expresar
exclaim	exclaimed	exclamar
explain	explained	explicar
fail	failed	fracasar, fallar
fasten	fastened	abrochar
file	filed	archivar
fill	filled	llenar
fire	fired	echar del trabajo, disparar
follow	followed	seguir
frighten	frightened	espantar
fry	fried	freir
finish	finished	terminar
fish	fished	pescar
fix	fixed	fixed
gain	gained	ganar
guess	guessed	adivinar
help	helped	ayudar

hope	hoped	esperar, desear
happen	happened	suceder
hurry	hurried	apurar (se)
imagine	imagined	imaginar
iron	ironed	planchar
judge	judged	juzgar
kiss	kissed	besar
kill	killed	matar
laugh	laughed	reír
leak	leaked	gotear
like	liked	gustar
lock	locked	cerrar con llave
look	looked	mirar
mark	marked	marcar, señalar
milk	milked	
miss	missed	extrañar
manage	managed	manejar
marry	married	casar (se)
massage	massaged	masajear
measure	measured	medir
move	moved	mover
observe	observed	observar
offer	offered	ofrecer
open	opened	abrir
order	ordered	ordenar
perform	performed	ejecutar
phone	phoned	telefonar
plan	planned	planear
play	played	jugar, tocar
plough	ploughed	arar
pour	poured	derramar, verter
pray	prayed	orar
prefer	preferred	preferir
prepare	prepared	preparar
pull	pulled	tirar
park	parked	estacionar
pass	passed	pasar
pick	picked	recoger
please	pleased	complacer
polish	polished	pulir
practise	practised	practicar
promise	promised	prometer
pronounce	pronounced	pronunciar
punish	punished	castigar
push	pushed	empujar
repeat	repeated	repetir
report	reported	reportar, informar
request	requested	solicitar, pedir

rest	rested	descansar
reach	reached	alcanzar
refuse	refused	rehusar
raise	raised	levantar
rain	rained	llover
realice	realized	darse cuenta
register	registered	matricularse, registrar
receive	received	recibir
Remain	remained	quedar, sobrar
Remember	remembered	recordar
Repair	repaired	reparar
Require	required	requerir
Reserve	reserved	reservar, guardar
Row	rowed	remar
Resolve	resolved	resolver
Return	returned	retornar, volver
Search	searched	buscar, registrar
Save	saved	salvar
Serve	served	servir
settle	settled	arreglar, establecer
sign	signed	
smile	smiled	sonreír
snow	snowed	nevar
spill	spilled	derramar
stay	stayed	permanecer, quedarse
study	studied	estudiar
suffer	suffered	sufrir
swallow	swallowed	tragar
slip	slipped	resbalar
smoke	smoked	fumar
stop	stopped	detener, parar
switch	switched	conectar, accionar
stretch	stretched	estirar
talk	talked	conversar
thank	thanked	agradecer
touch	touched	tocar, palpar
trap	trapped	atrapar
tire	tired	cansar, fatigar
train	trained	entrenar
travel	traveled	viajar
trouble	troubled	molestar
try	tried	tratar, intentar
turn	turned	girar, voltear
unpack	unpacked	desempacar
use	used	usar
visit	visited	visitar
wait	waited	esperar
want	wanted	querer, requerir

walk	walked	caminar
wash	washed	lavar
watch	watched	observar, mirar
wish	wished	desear, anhelar
work	worked	Trabajar
wrap up	wrapped up	Envolver
wreck	wrecked	Naufragar
warm	warmed	Calentar
warn	warned	Advertir
water	watered	Regar
weigh	weighed	Pesar
Whistle	whistled	Silbar

ACTIVITIES

Fill in the blanks. Use the correct personal pronouns.

1. Ecuador is one of the Andean countries. is in the south west of South America.
2. That person isn't English. is Australian.
3. My brother and my cousin are very tall. are policemen.
4. How are you, today? am very well, thanks.

Replace the nouns with the correct personal pronouns.

1. is very interesting. (This reading)
2. are expensive. (Diamonds)
3. are good tennis players. (John and I)
4. are interested in music. (Mary and Susana)
5. is green (The blackboard)
6. are on the wall. (The posters)
7. is from Loja. (Mary)
8. is here. (My father)
9. are students. (Rosa and I)
10. my professor. (Sara)

Read the examples and practice de conversations about greetings, between two person.



MANUAL DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL PARA EL SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO

DESARROLLO INTERPERSONAL



**DIRIGIDO A PRESTADORES DE SERVICIOS DE TURISMO
COMUNITARIO EN SARAGURO**

MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA

AUTORES

Mauricio Cartuche Sarango

Yerovi Saritama Carrión

POSTULANTES A INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene.

DIRECTORA Y REVISIÓN DE TEXTOS

Mauricio Cartuche

Yerovi Saritama

DISEÑO Y ELABORACIÓN

Loja, Febrero de 2013

CIUDAD Y AÑO DE PUBLICACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

INDICE DE CONTENIDOS

Presentación	266
La motivación	279
Necesidad.....	269
La decisión	270
El proceso de decisión	271
Aspectos que influyen en la decisión.....	271
Conflicto motivacional	272
Técnicas de motivación.....	272
Motivación para el emprendedor	273
El hombre libre.....	276
La desazón de una vida gris	277
Tipos de personas	278
Hábitos para una vida feliz.....	280
Motivación y el cliente	283
Ejercicios de motivación	285
Lecturas reflexivas	286

MOTIVACIÓN



PRESENTACIÓN

La importancia de conocer y estudiar la teoría de la motivación se destaca al través del análisis de los conceptos y elementos básicos indispensables para explicar y entender algunas pautas de la conducta humana desde el punto de vista de las corrientes psicológicas más aceptadas.

De este modo se analizan también los diferentes aspectos que influyen en el individuo para tomar sus propias decisiones. Las causas por las que puede entrar en etapas de conflicto y los diversos tipos de conductas y respuestas ante situaciones problemáticas.

En el campo del turismo, la motivación se ha convertido en un aspecto de gran importancia pues se le considera detonante de la conducta humana y factor explicativo de la casi totalidad de los aspectos relacionados con la actividad turística. La motivación permite dar respuesta a tres cuestiones

esenciales del ciclo turístico: las razones para viajar o por qué; la elección específica o dónde; y los resultados obtenidos o satisfacción.

Existen varias teorías sobre la motivación. Una de las más populares es la de Maslow (1943) muy aceptada por su sencillez y se fundamenta en las necesidades de los seres humanos; clasificándolas como básicas a las fisiológicas, las de seguridad y las sociales y a las de estima y autorrealización como superiores. El humano es un ser lleno de aspiraciones y en su comportamiento y desarrollo las necesidades constituyen una motivación. En la práctica la escala de necesidades no es la misma para todas las personas, esta diferencia es más notable si esta escala se aplica en administración de empresas, motivo por el cual, algunos autores no están de acuerdo con su aplicación directa en la gestión empresarial.

Comprender que mediante la acción nosotros podemos motivar a las personas, tiene relación con el efecto del ejemplo que una o varias personas dan a otro.

En este contexto, se puede suponer que tiene explicación el aprendizaje implícito, fenómeno importantísimo en el liderazgo y en el comportamiento de las personas en grupo.

Llegando así a comprender que entre las variables afectivas más comunes destacan las emociones de alegría y tristeza, así como los estados anímicos de valencia positiva y negativa; así como la influencia de la variable afectiva ansiedad sobre el rendimiento de tareas de atención visual.

Permanentemente buscamos motivar a la gente y auto motivarnos, en este caso la respuesta es generando un diferencial para los demás y para uno mismo. Analizamos las condiciones actuales de la persona y establecemos una mejora de esa condición, en algunos casos pueden ser satisfacción de necesidades. Esta mejora debe ser percibida por la persona o personas a través de la razón, de los sentimientos o de la acción. El papel más importante en la motivación juega la comunicación, o sea la forma en que es comunicado el diferencial generado. En cualquiera de los casos, es preferible que la

comunicación sea personal, ya que la cadencia de la voz del motivador es la hebra del hilo que desencadena la motivación. El lenguaje que se utilice para motivar debe ser sencillo y cargado de energía, utilizando en lo posible vivencias relacionadas al tema.

El presente curso taller está dirigido a prestadores de servicios de turismo comunitario en Saraguro específicamente a las comunidades de Lagunas y Oñacpac, se desarrollará dentro 15 horas, teórico prácticas, para una mejor comprensión se ha implementado actividades para autoevaluar el aprendizaje, y posterior a ello brindar retroalimentación.

OBJETIVOS

- Mejorar la autoestima de superación en las comunidades a aplicar.
- Generar caminos hacia el éxito personal y comunitario en el desarrollo de las actividades.
- Incentivar a los anfitriones para brindar mejor servicio.

“La necesidad es la madre de la creatividad, no dejes que termine tu día sin haber aprendido algo”.

LA MOTIVACIÓN Y LAS ACTIVIDADES DE TURISMO COMUNITARIO

La motivación es el proceso o la acción que expresa lo que mueve o tiene virtud para mover; la causa o razón por las que se mueve para realizar una cosa o actividad.

En el desarrollo de cualquier actividad turística es de gran importancia estar motivado pues se le considera un detonante de la conducta humana entre parte y parte turista y el prestador de servicios.

Se necesita motivación de los comuneros para tener la disponibilidad y agrado de recibir a los turistas en las instalaciones de alojamiento y transmitir las vivencias propias del lugar.

Se necesita motivación del turista para decidir las razones para viajar o por qué va a viajar; la elección específica o dónde quiere pasar sus vacaciones, o simplemente que nuevas culturas quiere conocer.

La motivación a partir de:

NECESIDAD

Concepto de necesidad: necesidad (del latín *necitas*) proviene del adjetivo *necesario*: lo que hace falta. Que tiene que ocurrir.

Tipos de necesidades

a) Presentes y futuras: son necesidades presentes aquellas que son provocadas por una causa presente.





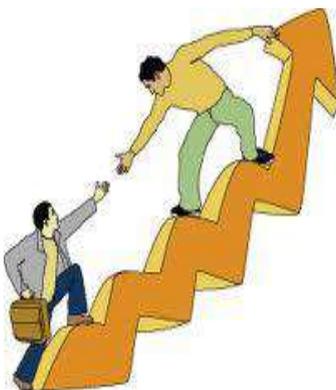
Una necesidad futura es aquella necesidad pasada transferida a lo futuro, que provoca un sentimiento actual.

b) Físicas y psíquicas: son físicas las necesidades generadas por la ruptura del equilibrio fisiológico, hambre, sed, etcétera, y psíquicas las que generan un desequilibrio cuyo origen corporal es menos fácil de definir; por ejemplo: las intelectuales, las estéticas, las morales, etcétera.

c) Consientes e inconscientes: según que el individuo pueda o no dar un informe retrospectivo acerca de ellas.

d) Manifiestas o latentes: según se manifiesten como conducta realista o como conducta imaginativa.

LA DECISIÓN



Es una determinación o resolución que se toma sobre una determinada cosa. Por lo general la decisión supone un comienzo o poner fin a una situación; es decir, impone un cambio de estado, y así de tal modo, realizar una elección en base a conocimientos previos, a sentimientos o sensaciones, o determinaciones sobre realizar o no viajes a un determinado lugar.

EL PROCESO DE DECISIÓN



Ello se debe a que todo ser humano se desarrolla en algún tipo de cultura que tiene su sistema de valores, normas y costumbres; La cultura se agrega a la subjetividad de las valencias.

El término cultura, tal como lo aplican los antropólogos y sociólogos, se refiere al medio ambiente del hombre, a las influencias que el individuo absorbe de una manera inconsciente que gobierna su comportamiento.

La cultura, en este amplio sentido, está integrada por conocimientos, creencias, tradiciones, costumbres, arte y leyes.

Aspectos que influyen en la decisión.



El nivel emocional: se refieren al movimiento, a la actividad. La persona motivada es aquella que se está moviendo para obtener alguna cosa o evitar otra. En la motivación, la persona está integrada y dirigida, mientras que con la emoción, la persona tiene metas claras inmediatas en un contexto específico.

El nivel habitual: El hábito, entonces, es una forma de economizar tiempo y esfuerzo. Debido a que se pone en práctica una respuesta aprendida. El hábito constituye una respuesta uniforme y automática ante el mismo estímulo.

El nivel racional: la persona en situación es capaz de realizar un análisis del estímulo y una decisión voluntaria. En forma voluntaria se analiza el estímulo y se decide si cae dentro de alguna de las categorías de aceptación, rechazo o indiferencia.

CONFLICTO MOTIVACIONAL

Noción de conflicto: si una persona se encuentra simultáneamente ante dos estímulos que tienen aproximadamente la misma potencia en sus valencias, es decir, que la persona está motivada en igual intensidad con respecto a ellos, pero son incompatibles, entonces la persona entra en un conflicto.



TIPOS DE CONFLICTOS: el conflicto surge ante la necesidad de elegir. Una elección significa que una persona está situada entre dos objetos que le atraen o lo amenazan y que se excluyen mutuamente.



TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN

El resultado de una determinada técnica dependerá de una serie de factores intrínsecos y extrínsecos al individuo y de sus diferencias individuales. Tanto es así, que en una circunstancia una técnica puede surtir efecto y en otra no. Una técnica puede sensibilizar a un grupo de individuos y otra no.

ACTIVIDADES

- Técnica del éxito inicial:** Los pasos a seguir pueden ser:
- Planear pequeñas tareas de fácil ejecución para los participantes.
 - Preparar bien a los alumnos para ejecutarlas, facilitando las condiciones necesarias para el éxito.
 - Hacer repetir esas tareas elogiándolos por el éxito.

Técnica del fracaso con rehabilitación: Esta técnica busca crear en la conciencia de los participantes la necesidad de aprender determinados principios, reglas o normas con los que todavía no están familiarizados.

Técnica de la competencia o rivalidad: La competencia puede ser orientada como:

- Auto superación gradual del propio individuo a través de tareas sucesivas de dificultad progresiva.
- Emulación de individuos del mismo grupo o clases.
- Rivalidad entre grupos equivalentes.

Técnica del trabajo socializado:

Adopta distintas formas:

- Organización de toda la clase en forma unitaria, en función del trabajo que se va a realizar.
- División de la clase en grupos fijos con un jefe y un secretario responsables, por un trabajo y por un informe que deberán presentar a la clase.
- Subdivisión en grupos libres y espontáneos, sin organización fija.

MOTIVACIÓN PARA EL EMPRENDEDOR



Por qué emprende la gente?

Como todo en la vida, a la hora de emprender, existen los más variados motivos. Los que más he escuchado, hasta ahora: odiar al jefe, no depender de nadie, estar en paro, tener libertad de horario y de días de vacaciones, hacerse rico, etc.

Si tu empuje no proviene de esas vísceras internas que te obligan a hacer algo, con la convicción de que debe hacerse así, entonces no debes emprender. Si tus ganas de emprender provienen de ese deseo de tener, convertir, realizar,

desarrollar, mejorar, aplicar...o todo aquello que tu forma personal de entender la vida y el trabajo tiene, entonces no pienses si debes, hazlo.

Nadie puede asegurarte nada pero solo tu actitud inquebrantable, para solucionar problemas y satisfacer necesidades, será la que te lleve a conseguir éxito en lo que te propongas. Porque no debes olvidar que la medida del éxito es el éxito a tu medida

La verdadera motivación para emprender es interna.

Proviene de tus ganas e ilusión para llevar a cabo aquello que te propongas. No se trata de ser un iluso y omitir los riesgos, se trata de ser un cínico realista con tus objetivos y un burro de carga con tus deseos y ganas.

Ser emprendedor no es un camino fácil.

En cualquier caso, ser emprendedor es una elección.

Siempre habrá la posibilidad de regresar al empleo,



o buscar un empleo que nos dé para vivir. La diferencia está, en que el emprendedor lo traen en la sangre. Tienen ese deseo de empezar algo, lo que sea, pero que él mismo lo haga.

Por alguna razón siempre vinculamos al emprendedor con alguien exitoso, pero siendo honestos, el emprendedor es aquel que después de muchas derrotas, logra tener el éxito, y por ellos recordado.

En muchos casos de emprendedores que fallaron en sus primeros intentos, como Henry Ford que se fue a la bancarrota tres veces,

El verdadero fracaso en la vida es para aquellas

personas que no siguen sus sueños.

Es muy fácil que otros juzgan lo que hace, o el negocio que va emprender, sin embargo esto son las verdaderas



personas que fracasan. Aquel que no arriesga nada en la vida.

El negocio no lo es todo en la vida.

Es más importante la salud y la familia, antes que el dinero y el negocio. Un negocio puede perderse, pero perder el tiempo alejado de la familia, o a punto de tener un ataque cardíaco por el estrés, es no vivir.



Ponga como prioridad de su familia y a su salud, antes de dedicársela al negocio.



Todo problema tiene solución.



Prácticamente a diario, sale mínimo un problema en el negocio. Sean los clientes, los proveedores, las ventas, los costos, el personal, el dinero, etc., todo problema siempre tiene una solución. Puede que no sean el momento, incluso puede tardar años.

Haga lo que le apasiona.

Puedo asegurarle que mínimo el 90% de las personas en el mundo trabajan en algo que no les gusta. Esto es una falta de dirección.

Todos por dentro, sabemos lo que nos gusta hacer.

Por eso le aconsejo trabajar en lo que le gusta.

No importa que empiece desde abajo, o que los

primeros intentos falle, lo importante es seguir el sueño y vivir al momento.



Crean su capacidad.

Muchas veces el peor enemigo somos nosotros mismos. Cuando uno cree en sí mismo, logra potenciar sus habilidades y capacidades, para alcanzar las metas que se propone.



EL HOMBRE LIBRE: La opción de vivir feliz cada minuto

Balance de su vida hasta el momento presente

¿Vive usted una vida feliz?

- ¿Está usted satisfecho con la persona que ha llegado a ser?
- ¿Le agrada el nivel de relación social e integración que ha conseguido en su sociedad?
- ¿Está usted satisfecho en su familia?
- ¿Disfruta del amor que siempre deseó encontrar?
- ¿Le satisface su trabajo? ¿Se siente valorado y reconocido en el mismo?
- ¿Está usted satisfecho con el nivel de bienestar que ha alcanzado?
- ¿Se siente orgulloso de los logros que ha conseguido hasta ahora en su vida?
- ¿Se despierta cada día con ilusión y entusiasmo?
- ¿Afronta desafíos estimulantes?
- ¿Tiene usted un grado aceptable de control sobre su propia vida?
- ¿Tiene sensación de plenitud vital?



- ¿Disfruta usted de un estado de equilibrio mental y espiritual?
- ¿Ha visto hechos realidad sus sueños de juventud?
- ¿Posee el valor y el coraje que desea para tomar decisiones?

¿Se siente usted en armonía con Dios?

Son pocas las personas que tras una reflexión serena y sincera pueden responder

Afirmativamente a muchas de las preguntas anteriores. Por paradójico que parezca, es mucho más frecuente encontrar personas calificadas en cuestiones profesionales, culturales, artísticas, científicas o tecnológicas, que en las cuestiones esenciales de la vida.

La felicidad es el objetivo principal de todo ser humano, pero en la sociedad del conocimiento y la formación continua muy pocos se preocupan de aprender a ser felices y un gran número de personas se encuentran inmersas en la desazón de una vida gris.

La desazón de una vida gris.

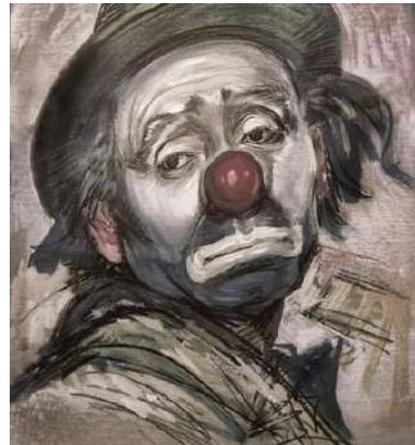
Despertar cada día con angustia,

Con ansiedad.

Con desánimo profundo.

Sentir las punzadas

del estrés incluso antes de iniciar la jornada laboral.



Contemplarse en el espejo con acritud y desagrado.

Pensar que cada día es otra monótona rutina de la que sólo se desea escapar, aunque no se sepa adónde ni con quién.

Abrir la boca para lamentarse y criticar.

Fumar y beber sabiendo que ambas cosas corroen por dentro.

Tomar pastillas para regular artificialmente el estado de ánimo.

Envidiar con amargura a los que están mejor.

Atacar con la ironía y el sarcasmo a los que intentan progresar.

Temer los cambios.

Estar siempre a la defensiva.

Perder amigos.

Perder amores.

Una desazón crónica.

HAY ACADEMIAS PARA TODO, EXCEPTO PARA APRENDER A VIVIR FELIZ

Los avances científicos y técnicos no nos han enseñado a vivir más felices.



Pocas cosas han cambiado desde que Platón describió al hombre como el ser más triste de la tierra. Hemos inventado máquinas, fórmulas, filosofías y ciencias completas. Hemos conquistado la tierra, el mar y el espacio. Hemos vencido a las enfermedades, trasplantado órganos, ganado terreno a la muerte, creado vida en tubos de ensayo.

Hemos construido la sociedad del bienestar.

La sociedad del conocimiento.

La sociedad de la información...

Pero apenas hemos avanzado en la conquista de la felicidad,



El destino no existe, su vida será como usted haga que sea.

Existen tres tipos de personas:

Las personas fatalistas.

Aquellas que creen que existe un destino escrito para cada hombre, que todo lo bueno y lo malo sucede por pura fatalidad, y que nadie puede cambiar nada por sí mismo.



Las personas asustadas. Aquellas que saben que podrían actuar para mejorar su vida, pero que no lo hacen por miedo a fracasar, por miedo a la burla de los demás o por miedo a los convencionalismos.

Personas frustradas, las que incuban una profunda amargura en su alma conforme pasa el tiempo y descubren que, pudiendo haber llegado lejos, permanecen atrofiados en su lugar de partida.



Las personas libres. Aquellas que ejercen la libertad de elegir los objetivos de su vida y la libertad de esforzarse por hacerlos realidad. Son las personas con fuerza de voluntad para asumir riesgos, trabajar con tenacidad y paciencia, y sobreponerse a los fracasos, las burlas y las envidias.

Es importante que usted elija los objetivos de su vida, pero tal elección carecerá de valor si no va seguida del esfuerzo tenaz y paciente por llevarla a cabo.

Las claves para edificar una vida feliz son las elecciones acertadas y los buenos hábitos.



RECUERDE USTED ES LA PRIMERA CLAVE

Usted tiene todo lo que se necesita para triunfar.

Usted no es un perdedor. Usted no es un fracasado.

Usted tiene todo lo que se necesita para triunfar, tiene ventajas que nadie más posee, tiene miles de oportunidades a su alcance y, con la ayuda de los hábitos que aprenderá pronto, llegará hasta donde desee llegar con convicción.

Usted tiene ventajas que nadie más posee.

Es usted único. Nadie más tiene su personalidad, su conjunto de habilidades para pensar y actuar, ni sus circunstancias. Esto significa que posee usted ventajas e inconvenientes que nadie más tiene.

Su vida también está llena de oportunidades.

El mayor enemigo de la oportunidad es su miedo, ese “exceso de prudencia” que le mantiene asustado en el oscuro agujero de mediocridad. Temeroso de que cualquier cosa que emprenda pueda fracasar.

Debe comprender que la oportunidad nunca va a encontrarle a usted, sino que es usted el que debe encontrarla a ella. ¿Dónde? En las carencias, en las necesidades de la gente

Para identificar las oportunidades deberá relacionarse, escuchar e informarse.

Los hábitos para tener una vida feliz.

Encuentre la felicidad en su interior.

Debe buscar y construir la felicidad en su interior. Sentirse feliz es sentirse satisfecho con lo que uno es, con lo que uno hace.

Piense en positivo. La vida exterior que conoce es consecuencia de su propia vida interior, de su pensamiento.

Cuide de usted.

Aléjese de todo lo que pueda hacerle faltar a su palabra o a perder el respeto hacia usted mismo.

Cuide su cuerpo haciendo deporte y evitando las acciones perjudiciales para su salud.

Cuide su mente aprendiendo continuamente conocimientos positivos y evitando el malgastar su tiempo con conocimientos negativos.

Viva un día por vez.

Las palabras más tristes que podría usted llegar a pronunciar algún día son:

“si pudiera volver a vivir mi vida...” ¿Cuáles serían sus pensamientos si su médico le anunciara que le quedan 24 horas en este mundo?

sus sueños, no haber tenido más tiempo para pensar en Dios y la eternidad...

Tiempo. Su tiempo es el mayor tesoro que posee.

Emprenda nuevos desafíos con la actitud adecuada.

Hoy me concentraré en llevar a cabo los objetivos de este día: sabiendo que al realizarlos estaré construyendo los grandes sueños que guardo en el fondo de mi corazón.



Concentre todos sus esfuerzos en superar un objetivo por vez.

Los planes generales y a largo plazo no son suficientes ni operativos. Debe usted separarlos en pequeñas partes y concentrarse así en los desafíos concretos y alcanzables del día a día.

Actúe sin demora.

Hoy actuaré sin demora: evitaré el retraso disfrazado de “exceso de reflexión” antes de actuar.



Mantenga el entusiasmo.

Su forma de empezar un día marcará el resto de la jornada. Inicie cada nuevo día con confianza en sus posibilidades, respeto por sí mismo y entusiasmo.

Persevere hasta conseguir el triunfo.

Nada grande se consigue rápido, sin esfuerzo y sin superar pequeños. La perseverancia es una de las principales claves del éxito.

Aprenda de cada tropiezo.

No escuche a las personas que piensan en negativo. A los que se burlan o compadecen a los luchadores que tropiezan. No malgaste su tiempo con ellos y no permita que sus lamentos, su fatalismo y su autocompasión le contaminen.

Manténgase alerta para conservar sus victorias.

No se recree en los éxitos conseguidos. Viva cada día como si fuera una vida separada en la que sólo existe el presente y permanezca atento a las oportunidades y desafíos que la jornada trae consigo.

Haga balance cada día.

Si cae en la cuenta de que ha lastimado a alguien durante el día, hágase el firme propósito de reparar ese daño durante el día siguiente y esfuércese por cumplirlo.

Rece a Dios.

Usted no necesita tener su vida saturada de religión para reconocer y agradecer cada día el milagro generoso de la Creación y la grandeza de Dios.

Aprecie sinceramente a los demás y adquirirá la clave del éxito social.

Obtenga los beneficios de sonreír.

Determine su estado de ánimo.

Trabaje con entusiasmo.

Trabaje más de lo que esperan de usted.

Aplique la técnica de recorrer un kilómetro más en todo.

Practique la auténtica cortesía.

No permita que le afecten las reacciones negativas de los demás.

Descanse con su familia.

Dedique todos los días el tiempo suficiente para descansar para atender las necesidades de aprecio y amor de los suyos.



MOTIVACIÓN Y EL CLIENTE



El éxito de una comunidad de trabajo depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Si los prestadores de servicios de Turismo Comunitario no satisfacen las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sea de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

Entonces el cliente es:

- Es la persona más importante de nuestro negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor.
- Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.
- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.
- Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.
- Es la fuente de vida de este negocio y de cualquier otro.
- El cliente es nuestro jefe.



¿Qué busca obtener el cliente cuando compra?

- Un precio razonable
- Una adecuada calidad por lo que paga
- Una atención amable y personalizada
- Un buen servicio de entrega a domicilio
- Un horario cómodo



ACTIVIDADES

- Revisar los contenidos estudiados y por grupos de trabajo realizar una exposición temática sobre la importancia de estar motivado durante la prestación de los servicios turísticos.
- Mediante la técnica de simulación del juego o del rol, en grupos realizar un ensayo fono mímico representando a los turistas o nuestros clientes y a los miembros de las comunidades durante la prestación de sus servicios.

Al finalizar la actividad

RECUERDE

Que tipos de personas existen

Que es lo que busca un cliente

EJERCICIOS DE MOTIVACIÓN

AUTORRETRATO

Mi personaje favorito es:

Si pudiera tener un deseo sería:

Me siento feliz cuando:

Me siento triste cuando:

Me siento muy importante cuando:

Una pregunta que tengo sobre la vida es:

Me enojo cuando:

La fantasía que más me gusta tener es:

Un pensamiento que habitualmente tengo es:

Cuando me enojo, yo:

Cuando me siento triste, yo:

Cuando tengo miedo, yo:

Me da miedo cuando:

Algo que quiero, pero me da miedo pedir, es:

Me siento valiente cuando:

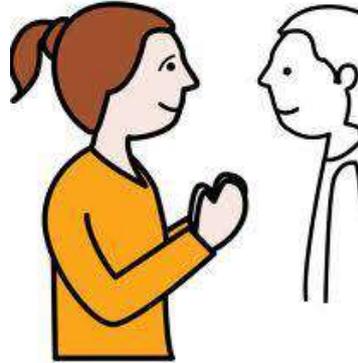
Me veo a mi mismo/a como:

Algo que hago bien es:

Si fuera anciano/a yo:

Si fuera niño/a, yo:

Lo mejor de ser yo, es:



Detesto:

Necesito:

Deseo:

LECTURAS REFLEXIVAS

EL ANILLO

Un Discípulo se acercaba a su joven maestro con estas palabras:



Vengo, maestro, porque me siento tan poca cosa que no tengo fuerzas para hacer nada. Me dicen que no sirvo, que no hago nada bien, que soy torpe y bastante tonto. Como puedo mejorar? Que puedo hacer para que me valoren más?

El maestro sin mirarlo, le, dijo:-Cuanto lo siento muchacho, no puedo ayudarte, debo resolver primero mi propio problema. Quizás después...- y haciendo una pausa agrego- si quisieras ayudarme tu a mi, yo podría resolver este problema con más rapidez y después tal vez te pueda ayudar.

-E...encantado, maestro- titubeo el joven, pero sintió que otra vez era desvalorizado, y sus necesidades postergadas.

-Bien, asintió el maestro. Se quitó un anillo que llevaba en el dedo pequeño y dándoselo al muchacho, agrego- toma el caballo que está allí afuera y cabalga hasta el mercado. Debo vender este anillo porque tengo que pagar una deuda. Es necesario que obtengas por el la mayor suma posible, pero no aceptes menos de una moneda de oro. Ve y regresa con esa moneda lo más rápido que puedas.

El joven tomo el anillo y parti6. Apenas llego empez6 a ofrecer el anillo a los mercaderes. Estos lo miraban con alg6n inter6s, hasta que el joven decia lo que pretendia por el anillo.

Cuando el joven mencionaba la moneda de oro, algunos reian, otros le daban vuelta la cara y solo un viejito fue tan amable como para tomarse la molestia de explicarle que una moneda de oro era muy valiosa para entregarla a cambio de un anillo. En afan de ayudar, alguien le ofreci6 una moneda de plata y un cacharro de cobre, pero el joven tenia instrucciones de no aceptar menos de una moneda de oro y rechazo la oferta.

Despu6s de ofrecer su joya a toda persona que se cruzaba en el mercado m6s de cien personas y abatido por su fracaso, monto su caballo y regres6.



Cuanto hubiera deseado el joven tener el mismo esa moneda de oro. Podria entonces habersela entregado el mismo al maestro para liberarlo de su preocupaci6n y recibir entonces su consejo y ayuda.

Entr6 en la habitaci6n.-Maestro- dijo- lo siento, no se puede conseguir lo que me pediste. Quiz6s pudiera conseguir dos o tres monedas de plata, pero no creo que yo pueda engañar a nadie respecto del verdadero valor del anillo.

-Que importante lo que dijiste, joven amigo!- contesto sonriente el maestro-. Debemos saber primero el verdadero valor del anillo antes de pedir nada por 6l, ¿no crees?. Vuelve pues a montar y vete al joyero, porque. ¿Qui6n mejor que 6l para saberlo? Dile que quisieras vender el anillo y preguntale cuanto te da por 6l. Pero no importa lo que ofrezca, no se lo vendas. Vuelve aqu6 con mi anillo.

El joven volvi6 a cabalgar.

El joyero examino el anillo a la luz del candil con su lupa, lo pes6 y luego le dijo:

-Dile al maestro, muchacho, que si lo quiere vender YA, no puedo darle más que 58 monedas de oro por su anillo.

-58 MONEDAS!!!!!! Exclamo el joven.

Si, replico el joyero- yo se que con tiempo podríamos obtener por el cerca de 70 monedas, pero no sé...si la venta es urgente...

El joven corrió emocionado a la casa del maestro a contarle lo sucedido.

-Siéntate- dijo el maestro después de escucharlo, y mientras se colocaba de nuevo su anillo en su dedo dijo- discípulo mío, tu eres como este anillo: una joya, valiosa y única. Y como tal, solo puede evaluarte verdaderamente un experto.

¿Qué haces andando por la vida y pretendiendo que cualquiera descubra tu **verdadero valor?**

SABIOS CONSEJOS

Antes de Orar...PERDONA

Antes de Hablar...ESCUCHA

Antes de Escribir...PIENSA

Antes de Gastar...GANA

Antes de Criticar...ESPERA

Antes de Rendirte...PRUEBA

Tus palabras, tus sueños, y tus pensamientos tienen el poder de crear condiciones en tu vida.

De lo que hables, lo obtendrás.

No tengas miedo de creer que puedes tener lo que tú quieres y mereces.

Observa tus 'Pensamientos,' Se convertirán en palabras.

Observa tus 'Palabras', Se convertirán en acciones.

Observa tus 'Acciones', Se convertirán en hábitos.

Observa tus 'Hábitos', Se convertirán en carácter.

Observa tu 'Carácter', Se convertirá en tu 'Destino

Así.... Para prevenir cualquier obstáculo... ¡ Consigue tu propio camino !

¡¡ Disfruta cada minuto de tu vida !!

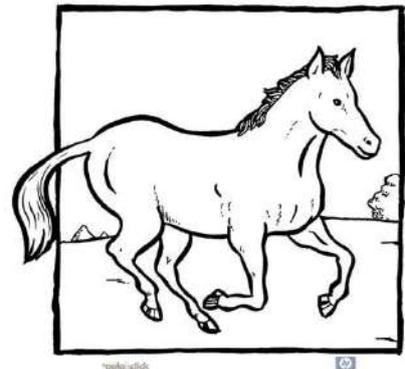
'Si no te gusta lo que recibes, revisa muy bien lo que estás dando'.

'Cuando el amor es feliz lleva al alma a la dulzura y a la bondad.'

No estés ocupado todo el día...comparte éste mensaje de inspiración, ¡¡ yo lo acabo de hacer!!

EL CABALLO Y EL POZO

Un campesino, que luchaba con muchas dificultades, poseía algunos caballos para que lo ayudasen en los trabajos de su pequeña



hacienda. Un día, su capataz le trajo la noticia de que uno de los caballos había caído en un viejo pozo abandonado. El pozo era muy profundo y sería extremadamente difícil sacar el caballo de allí. El campesino fue rápidamente hasta el lugar del accidente, y evaluó la situación, asegurándose que el animal no se había lastimado. Pero, por la dificultad y el alto precio para sacarlo del fondo del pozo, creyó que no valía la pena invertir en la operación de rescate. Tomó entonces la difícil decisión de decirle al capataz que sacrificase el animal tirando tierra en el pozo hasta enterrarlo, allí mismo.

Y así se hizo. Comenzaron a lanzar tierra dentro del pozo de forma de cubrir al caballo. Pero, a medida que la tierra caía en el animal este la sacudía y se iba acumulando en el fondo, posibilitando al caballo para ir subiendo. Los

hombres se dieron cuenta que el caballo no se dejaba enterrar, sino al contrario, estaba subiendo hasta que finalmente consiguió salir.

Si estás "allá abajo", sintiéndote poco valorado, y otros lanzan tierra sobre ti, recuerda el caballo de esta historia. Sacude la tierra y sube sobre ella.

7.3. SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA.

7.3.1. Tercer Objetivo:

Socializar el proyecto con los actores involucrados en este tema se desarrolló lo siguiente:

Luego de haber realizado el estudio de la situación actual, posterior a ello se desarrolló la propuesta enfocada a los prestadores de servicio de turismo comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del Cantón Saraguro como uno de los objetivos planteados, se presidió por fijar fecha, y con ello elaborar las cartas de invitación dirigidos a los actores involucrados, entregados con una semana de anticipación a : MINTUR, Administración Turística (UNL), RED de Turismo Comunitario de Saraguro, Representantes de los Centros de Turismo Comunitario (CTC).

Dando a conocer con ello resultados al finalizar la presente tesis “Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del cantón Saraguro, Provincia de Loja”, el día 18 de enero del presente año a partir de las 15h00 en el local de la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros “FIIS” donde se trató el siguiente orden del día.

- 1.- Apertura de la socialización.
- 2.- Socialización de los manuales de capacitación.
- 3.- Asuntos varios.

4.- Conclusiones y recomendaciones.

5.- Cierre de socialización.

7.3.1.1. Desarrollo:

1.- La presente reunión como estuvo planificado se desarrolló en Saraguro en el salón de la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguros “FIIS” con la participación de las siguientes autoridades: Ing. Viviana Elizabeth Macancela en representación del Ministerio de Turismo Loja, Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene, en representación de la Universidad Nacional de Loja además de ser nuestra directora de tesis, Sr. Baudilio Quizhpe presidente de la RED de Turismo Comunitario “Saraguro Rikuy”, las Señoras Rosa Lozano y Mercedes Quizhpe miembros del Centro de Turismo Comunitario de la comunidad de Lagunas, Sr. Segundo Poma miembro del Centro de Turismo Comunitario de la comunidad de Oñacapac, Sr. Lauro Poma presidente de la Red de Turismo Comunitario del Austro, y Yarik Quizhpe de la comunidad de Lagunas.

La apertura de la reunión la realizó el egresado Milquer Saritama agradeciendo por la grata acogida a la presente socialización de nuestro proyecto de tesis, de la misma manera dando a conocer los antecedentes y cómo surgió el tema planteado, haciendo énfasis en el aporte que nosotros como universitarios podemos retribuir a la sociedad.

2. Luego seguido por el egresado Mauricio Cartuche se dio a conocer el desarrollo de la propuesta, introducción, objetivos, metas y logros que se pretende conseguir con la misma.

A demás lo que se refiere a las temáticas planteadas en el desarrollo del manual y los cuadros detallados con sus días, horarios y lugar, así mismo los costos que equivale toda la capacitación.

Seguido a esto se presentó de cuanto manuales consta el plan de capacitación así como su diseño, tamaño, y más características, el esquema de contenidos y su breve explicación de cada uno de ellos en las diferentes temáticas requeridas para la capacitación: Atención al cliente, hospitalidad, relaciones humanas, seguridad alimentaria, manipulación de alimentos, guianza turística, inglés turístico y desarrollo interpersonal.

3. En lo que se refiere a asuntos varios se abrió un pequeño interrogatorio, por otro lado se analizó sugerencias e inquietudes, esto con el fin de mejorar el plan de capacitación.

4. Conclusiones

Al finalizar la socialización de determino lo siguiente:

- El contenido de los manuales está acorde y es apto para su ejecución ya que tiene mucha similitud con los contenidos planteados por el MINTUR.
- Al momento de desarrollar la capacitación se tomará en cuenta la parte que concierne a turismo vivencial e identidad cultural ya que son los puntos fuertes de esta actividad.

- Las partes involucradas están dispuestas a colaborar mutuamente a la ejecución del plan de capacitación, ya que concuerdan que es de suma importancia para fortalecer y dinamizar la actividad turística comunitaria en Saraguro.
- En caso de realizarse la ejecución del proyecto el financiamiento será por parte de las entidades estatales como son el MINTUR.
- Para el financiamiento y ejecución del proyecto, debe existir un compromiso formal por parte de los prestadores de servicios de las comunidades en estudio.

5. Recomendaciones.

- Al presidente de la Red de turismo comunitario Saraguro Rikuy que realice los trámites pertinentes para la ejecución del proyecto a las entidades involucradas tanto como MINTUR.
- A Las personas que ejecuten el siguiente proyecto considerar que el personal o facilitadores para la capacitación deben dominar la parte de identidad cultural, y de ser posible personal nativo.
- A las comunidades asumir el compromiso de cooperar para poder llevar a cabo la ejecución del proyecto.
- A la Universidad Nacional de Loja que debe abordar en su pensum de estudios los temas de Turismo Comunitario.

6. Con todo lo expuesto anteriormente, siendo las 17h20 se da por finalizada la presente socialización para constancia es dado y firmado en el salón de la FIIS.

8. CONCLUSIONES.

Al finalizar la presente tesis se ha podido concluir y determinar lo siguiente.

- Las comunidades de Lagunas y Oñacapac se caracterizan por tener una gran variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales de alto interés para los turistas, además de la calidez humana de su gente, lo que las convierte en las más visitadas por los turistas.
- Durante los cuatro últimos años en ninguna de las comunidades en estudio se han establecido planes de capacitación o recibido capacitación.
- El desarrollo de las actividades de turismo comunitario se ve afectado por fenómenos naturales, tal es el caso de una familia de la Comunidad de Lagunas que abandono estas actividades.
- Previo a la socialización se concluye que la propuesta “Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del cantón Saraguro, Provincia de Loja” es aceptada por los directivos de la Red de Turismo Comunitario de Saraguro.
- De acuerdo a los resultados de la socialización en Saraguro, las temáticas recopiladas y propuestas en los manuales de capacitación

están dentro de los lineamientos establecidos por el Ministerio de Turismo.

- El financiamiento para la ejecución del plan de capacitación propuesto se hará por parte del MINTUR, mediante convenio entre ambas partes, siempre y cuando exista el compromiso de asistencia por parte de las comunidades.
- En base a la socialización se concluye que para desarrollar la capacitación específicamente la parte cultural se contrate personal oriundo de Saraguro que maneje estas temáticas.

9. RECOMENDACIONES.

- A las comunidades de Lagunas y Oñacpac que se concurren a frecuentes capacitaciones, para poder generar una buena imagen ante los turistas y así aprovechar la variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales que tienen.
- Al presidente de la Red de turismo Comunitario Saraguro Rikuy para que gestione la ejecución del presente plan de capacitación periódicamente como se estableció en el mismo.
- A los prestadores de servicios de Turismo Comunitario fortalecer el desarrollo de las actividades complementarias a sus ingresos, conjugando las mismas, y brindar cooperación frente a los desafíos naturales existentes.
- A los actores involucrados gestionar y ejecutar el “El plan de capacitación operacional, para generar y potencializar los conocimientos y lograr mejorar la calidad en la prestación de los servicios.
- A los encargados del departamento de Turismo del GAD Saraguro establecer programas de apoyo encaminadas a suplir las necesidades que se presenten durante el desarrollo de las actividades turísticas, (capacitación, publicidad, proyectos de emprendimiento).

- A la Universidad Nacional de Loja para que se incluya en su pensum de estudios temas relacionado con turismo Comunitario, y con ello aportar al rescate de valores culturales representativos de Loja con su fortaleza los Saraguros.

10. BIBLIOGRAFÍA.

- Metodología para inventario de atractivos Turísticos.* (1993). Obtenido de <http://issuu.com/silviairlanda/docs/silviairlanda>
- Alejandro, E. (1987). *GEOGRAFÍA FÍSICA, HUMANA Y ECONOMICA DEL ECUADOR*. Loja, Ecuador: UTPL, Loja .
- Alejandro, E. (2006). *GEOGRAFÍA TURÍSTICA DEL ECUADOR*. Loja.: UTPL,Loja.
- Boullón, R. (1995). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillás. .
- Cartuche M, m. C. (2004). *JUSTICIA COMUNITARIA*. Saraguro.
- Corptur. (2010). *Diccionario turistico Orientaciones Lexicas*.
- Flandes Virginia, H. A. (2001). *Infraestructura Turistica*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/Cramberry/infraestructura-del-turismo-2471891>
- http://www.cronica.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=981:inti-raymi-fiesta-de-la-cosecha-material-y-espiritual&catid=41:reportajes&Itemid=67. (s.f.).
http://www.cronica.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=981:inti-raymi-fiesta-de-la-cosecha-material-y-espiritual&catid=41:reportajes&Itemid=67. Obtenido de <http://www.cronica.com.ec>
- <http://www.kawsay.org/contenido.aspx?Mid=6>. (s.f.).
<http://www.kawsay.org/contenido.aspx?Mid=6>. Obtenido de <http://www.kawsay.org>
- (<http://www.saraguro.com/>). (s.f.).
- <http://www.saraguro.org/onacapac12.htm>. (s.f.). Obtenido de <http://www.saraguro.org>
- <http://www.saraguro.org/onacapac12.htm>. (s.f.).
<http://www.saraguro.org/onacapac12.htm>. Obtenido de <http://www.saraguro.org>
- <http://www.saraguro.org/onacapac12.htm>. (s.f.).
<http://www.saraguro.org/onacapac12.htm>. Obtenido de <http://www.saraguro.org>
- <http://www.turismosaraguro.com/contenido.aspx?sid=56>. (s.f.).
<http://www.turismosaraguro.com/contenido.aspx?sid=56>. Obtenido de <http://www.turismosaraguro.com>
- <http://www.turismosaraguro.com/Contenido.aspx?sid=99>. (s.f.). Obtenido de <http://www.turismosaraguro.com>

- <http://www.turismosaraguro.com/home.aspx>. (s.f.).
<http://www.turismosaraguro.com/home.aspx>. Obtenido de
<http://www.turismosaraguro.com/home.aspx>
- Ministerio de Turismo. PLANDETUR 2020. Quito, P. E. (Diciembre de 2007).
- Quijano Ricaurte, V. (2009). *DIAGNOSTICO TURÍSTICO*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral.,: <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300>
- Santillán, G. (16 de Marzo de 2011). *Espeleología y Turismo*. Recuperado el 22 de abril de 2012, de <http://www.cavernas.com.ar/>
- Saraguro, F. K. (s.f.). <http://www.turismosaraguro.com/>.
- saraguros.com. (s.f.). <http://www.turismosaraguro.com/home.aspx>. Obtenido de
<http://www.turismosaraguro.com>
- Turismo, C. E. (1993). *Inventario de Atractivos Turísticos del canton Cañar*. Obtenido de
<http://issuu.com/silviairlanda/docs/silviairlanda>
- Turismo, C. E. (1993). *Metodología para Inventario de Atractivos*. Recuperado el Abril de 2012, de <http://issuu.com/silviairlanda/docs/silviairlanda>
- Turismo, C. E. (s.f.). *Metodología para Inventario de Atractivos*. Obtenido de
<http://issuu.com/silviairlanda/docs/silviairlanda>
- www.monografias.com/trabajos82/elaboracion-plan-capacitacion/elaboracion-plan-capacitacion.shtml. (s.f.). www.monografias.com/trabajos82/elaboracion-plan-capacitacion/elaboracion-plan-capacitacion.shtml. Obtenido de
<http://www.monografias.com>

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

“ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA”

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TEMA:

“Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacpac del cantón Saraguro, Provincia de Loja”

Autores:

- José Cartuche
- Yerovi Saritama

LOJA-ECUADOR 2012

TEMA

“Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del cantón Saraguro, Provincia de Loja”

PROBLEMATIZACIÓN.

En vista de que el turismo comunitario, es una actividad que está en auge, y que en las comunidades indígenas y campesinas ha relevado grandes expectativas, por la gran oportunidad de crecimiento económico y sustento familiar que esta actividad genera, para las familias que se dedican a esta actividad comunitaria.

Se ha identificado que “LA DEFICIENTE CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TURISMO COMUNITARIO EN LAS COMUNIDADES DE LAGUNAS Y OÑACAPAC CONLLEVA A UN RETRASO EN EL DESARROLLO DE ESTA ACTIVIDAD” ,pero por ser una diligencia a nivel medio, existen pocas oportunidades de formación de gestión empresarial, siendo este un problema que afecta al momento de prestar los servicios de calidad, que satisfaga las necesidades y expectativas del cliente.

Pero por otro lado, en los pequeños emprendimientos del sector del turismo comunitario, están asociados familias que poco, o, en otros casos no conocen nada sobre las estrategias de mantener la imagen corporativa que el sector turístico requiere, siendo este uno de los indicadores, que por un lado fortalece y promueve la asociatividad, pero por otro lado se vuelve más necesario y urgente promover la capacitación en todos sus aspectos, a fin de mejorar la calidad y eficiencia.

La ausencia de alianzas estratégicas a nivel intercomunitario, regional y nacional de quienes promueven el turismo comunitario con otros sectores, y la falta de políticas públicas locales y nacional, es otro de los factores, y, quizá las más importante que desde la gestión pública se debe impulsar y así potencializar y dinamizar los emprendimientos comunitario dedicados a la actividad turística.

La carencia de los servicios básicos, como: accesibilidad, agua potable, alcantarillado, telefonía, etc., son en la actualidad los factores que inciden directamente para promover un excelente desarrollo del turismo comunitario sostenible y sustentable, y lograr un desarrollo óptimo en las comunidades involucradas.

La erosión de saberes ancestro culturales como: cuentos, mitos leyendas, fiestas tradicionales, escultura en piedra y madera, elaboración de la propia indumentaria etc. que es la esencia, o es el producto estrella para fomentar la actividad turística comunitaria, fortaleza local que es la identidad milenaria, y el núcleo fundamental para promover el turismo comunitario; que por varios factores directos que emana la globalización, se tienden a erosionar.

El turismo por tener afluencia de visitantes de procedencia nacional e internacional requiere del conocimiento y dominio de la lengua universal como es el inglés. Debilidades notorias que afectan este sector en todo nivel; pero también el rescate y la conservación del idioma kichwa que es propia de las comunidades sujetas de este trabajo de investigación, es otra de las problemas que el sector turístico comunitario debe resolver.

JUSTIFICACIÓN:

Frente a la ausencia de un plan de capacitación y formación profesional con un enfoque multidimensional, sobre técnicas y estrategias metodológicas de márketing, de manera sistemática y programática, que promuevan, dinamicen y potencialicen la eficiencia del servicio turístico comunitario, evidentemente son indicadores que no permiten ofrecer servicios de calidad.

El desconocimiento de los estándares que el ofertante del sector turístico debe cumplir, para satisfacer la demanda, son otros de los factores que el oferente debe conocer, sino la empresa tendera a fracasar. Es por ello que esta actividad requiere de una enorme responsabilidad y esmero; pero si los actores del sector turístico comunitario no están capacitados para hacerlo, la empresa tiene más probabilidad de fracasar que de tener éxito.

Es por ello, que nuestro ejercicio de tesis, tiene el propósito de contribuir con el sector comunitario, que como conocedores técnicos y académicos podemos contribuir; y, de esta forma aportar para el fomento de turismo comunitario, y el desarrollo social, económico, cultural, etc. Por otro lado, con este trabajo buscamos aportar el aprovechamiento sostenible, de las fortalezas y oportunidades que tienen las comunidades de la localidad del Pueblo Saraguro, y contribuir a mejorar la deficiente gestión.

OBJETIVOS:

GENERAL.

Establecer un diseño de un Plan de Capacitación Operacional para los prestadores de servicios de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac.

ESPECÍFICOS.

- Realizar el diagnóstico de la situación actual de los prestadores de servicio de turismo comunitario, para identificar los requerimientos de capacitación existentes.
- Estructurar un manual de capacitación periódica enfocada al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación, para mejorar la calidad en la prestación de servicios.
- Socializar el proyecto con los actores involucrados en este tema.

MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

- Copiadora.
- Computadora.
- Libros.
- Suministros y materiales.
- Internet.
- Material Bibliográfico.
- Cámara fotográfica.
- Flash Memory.

MÉTODOS

Para llevar a cabo la elaboración de la presente tesis, y dar cumplimiento a los objetivos planteados, realizará empleando algunos métodos y técnicas de acuerdo a las expectativas y características del proyecto. Dichos métodos y técnicas son las siguientes:

Para el **Objetivo General**: se utilizará el Metodo **Científico**, el cual esta encaminado en busca de la verdad; es decir lo utilizaremos como un instrumento para palpar la realidad actual de las comunidades en estudio; por otro lado, también se empleará La **tecnica de la entrevista**, que se realizará al Presidente de la Red de turismo Comunitario “Saraguro rikuy”, y los encargados del turismo comunitario de las comunidades Lagunas y Oñacapac; con el fin de levantar la información de todo el proceso que se lleva en esta actividad de turismo comunitario en Saraguro; información que nos permitirá indentificar algunas fortalezas y debilidades que tienen en cuanto al proceso de administración y operación por parte de los prestadores de servicios del turismo comunitario en las dos comunidades en estudio.

Para el **Primer Objetivo Específico**: para este objetivo utilizaremos la técnica de la Observacion **In situ**, ya que nos permitira conocer la situacion actual de la instalaciones, y del personal que labora en este proceso de

turismo comunitario; Por otro lado también se empleará la **técnica de la encuesta**, esto esta dirigida específicamente a los prestadores de servicios, y en particular al sector operativo, ya que son ellos quienes nos van a contribuir con información valiosa para constatar de la situación institucional que afrontan actualmente; también se aplicará otro tipo de encuesta a los turistas que hayan comprado los servicios turísticos a través de la Red de turismo Comunitario Saraguro Rikuy, con el fin de conocer la calidad en la prestación de servicios, y el trato que se les da a los turistas en las comunidades en estudio; con toda esta información nos permitirá constatar los requerimientos de capacitación al personal, es decir en que áreas es necesario la capacitación.

Para el **Segundo Objetivo Específico**: Nos valdremos de la información indagada en el primer objetivo específico y posteriormente elaborar el manual de capacitación operacional para los prestadores de servicios turísticos de las comunidades de Lagunas y Oñacpac, de tal forma contribuir para mejorar y enriquecer sus conocimientos mediante la capacitación.

Para el **Tercer Objetivo Específico**: se reunirá a los actores involucrados en este tema; para la socialización de la guía de capacitación; esto se realizará en el salón de reuniones de la Federación Interprovincial de Indígenas saraguros "FIIS".

También se utilizará la técnica de la **recopilación bibliográfica**, para ello recurriremos al internet, libros, folletos, bibliotecas, etc. Para de esta forma sistematizar información sobre los planes de capacitación al personal; por otro lado esta técnica nos ayudará a obtener información necesaria para la elaboración del marco teórico.

REVISIÓN LITERARIA

MARCO CONCEPTUAL

1. ACTIVIDAD TURÍSTICA

- 1.1. Turismo
- 1.2. Turista
- 1.3. Atractivo turístico
- 1.4. Servicios turísticos
- 1.5. Recursos turísticos
- 1.6. Recursos naturales
- 1.7. Recursos socio – culturales
- 1.8. Espacio turístico
- 1.9. Diagnóstico turístico
- 1.10. Inventario turístico
- 1.11. Itinerario turístico
- 1.12. Paquetes turísticos
- 1.13. Infraestructura turística
- 1.14. Facilitación turística (plandetur 2020)

2. PLANES DE CAPACITACIÓN

2.1. CAPACITACIÓN

- 2.1.1. Tipos de capacitación
- 2.1.2. Beneficios de capacitación
- 2.1.3. Objetivos de capacitación
- 2.1.4. Fases capacitación
- 2.1.5. Métodos o técnicas de aprendizaje
- 2.1.6. Proceso operativo de capacitación
- 2.1.7. Estrategias de capacitación
- 2.1.8. ¿Qué es un plan de capacitación?

MARCO REFERENCIAL

3. ASPECTOS GENERALES DEL ÁREA DE ESTUDIO

3.1. DATOS GENERALES DEL CANTÓN SARAGURO

- 3.1.1. Capital
- 3.1.2. Límites
- 3.1.3. Ubicación
- 3.1.4. Distancia a Loja
- 3.1.5. División Política:
- 3.1.6. Extensión
- 3.1.7. Habitantes
- 3.1.8. Altitud
- 3.1.9. Temperatura
- 3.1.10. Clima
- 3.1.11. Orografía
- 3.1.12. Hidrografía
- 3.1.13. Flora y fauna

3.2. RESEÑA HISTÓRICA DE SARAGURO

- 3.2.1. Origen del nombre
- 3.2.2. Historia
- 3.2.3. Fundación

3.3. GASTRONOMÍA DE SARAGURO

- 3.3.1. Pinzhi
- 3.3.2. Cuy
- 3.3.3. Bebidas típicas

3.4. ASPECTOS CULTURALES

- 3.4.1.1. Fiestas Cívicas y Religiosas
- 3.4.1.2. Costumbres y tradiciones

3.5. SERVICIOS TURÍSTICOS

- 3.5.1. Hostal Samana Wasi
- 3.5.2. Hostal Achik Wasi
- 3.5.3. Hostal San Pedro
- 3.5.4. Hostal Sara Allpa

3.6. DATOS GENERALES DEL ÁREA DE ESTUDIO

- 3.6.1. Datos generales de la comunidad de Lagunas
- 3.6.2. Datos generales de la comunidad de Oñacapac

3.7. TURISMO COMUNITARIO

3.7.1. Reseña histórica del turismo comunitario en Saraguro

3.7.2. ¿Qué es el turismo comunitario?

3.7.3. Comunidades que integran el turismo comunitario

3.7.4. Alojamientos turísticos comunitarios

3.7.5. Productos que se ofertan dentro del turismo comunitario

RECURSOS

RECURSOS HUMANOS

- Un Director de tesis.
- Aspirantes a Ingenieros en Administración Turística.
- Turistas locales, nacionales e internacionales, visitantes temporales.
- Presidente de la red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy

RECURSOS MATERIALES

- Foto copiadora.
- Computadora.
- Bibliotecas.
- Suministros y materiales.
- Internet.
- Material Bibliográfico.
- Cámara fotográfica.
- Flash Memory.

PRESUPUESTO

Cuadro N° 16

PRESUPUESTO						
INGRESOS		EGRESOS				
Fondos Propios	1952.50	Cantidad	Recursos	Rubro	Costo Unitario	Costo Total
			MATERIALES			
		1	Adquisición: material bibliográfico, libros, folletos	Unidad	20.00	20.00
		6	Internet	Meses	20.00	120.00
		1	Materiales de oficina	Unidad	50.00	50.00
			Elaboración del proyecto		150.00	150.00
			Levantamiento del Borrador y Tesis final		300.00	300.00
			Derechos y aranceles universitarios		100.00	100.00
			Elaboración de la propuesta		300.00	300.00
		3	Impresión y empastado	Unidad	40.00	120.00
			Apoyo logístico		50.00	50.00
			Subtotal			1210.00
			LOGÍSTICOS			
		10	Movilización	Días	20.00	200.00
		10	Transporte	Días	5.00	50.00
		10	Alimentación	Días	6.00	60.00
			Subtotal			310.00
			SOCIALIZACIÓN			
		3	Impresión del manual de capacitación	Unidad	50.00	150.00
		30	Coffee Brake	Unidad	2.50	75.00
		6	Alquiler Infocus	Hora	5.00	30.00
			Subtotal			255.00
		Sub – TOTAL 2689 1775				1775.00
		Imprevistos (10% del total)				177.5
TOTAL DE INGRESOS	1952.50	TOTAL DE EGRESOS				1952.50

Fuente: Consulta.

Elaboración: Los Autores.

CRONOGRAMA (Año 2012)

Cuadro N° 17

ACTIVIDADES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pertinencia de tema				X	X																															
Elaboración del Anteproyecto					X	X	X																													
Desarrollo del proyecto										X																										
Desarrollo del primer objetivo específico																																				
Revisión literaria de la información relacionada con el área de estudio y componentes del proyecto									X	X																										
levantamiento de información para diagnóstico									X	X	X	X	X	X																						
Sistematización de resultados obtenidos en el diagnóstico															X	X																				
Definir líneas estratégicas enfocadas al mejoramiento del talento humano mediante la capacitación y formación																	X	X	X	X																
Desarrollo del segundo objetivo específico																																				

BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR

- ✓ <http://www.municipiosaraguro.gob.ec>
- ✓ http://www.vivacatamayo.com/index.php?option=com_content&view
- ✓ <http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST350ZI105346&id=105346>

11.2. ANEXO N° 2

ENTREVISTA

CUESTIONARIO PARA DETECTAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN APLICADO AL PRESIDENTE DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO DE SARAGURO

1.- ¿Con cuántas comunidades se está trabajando dentro de la red de Turismo Comunitario en Saraguro?

2.- ¿El personal de trabaja dentro de la Red es profesional?

SI () NO ()

3.- ¿Los prestadores de servicio han recibido capacitación técnica por parte de la Red de Turismo Comunitario?

SI () NO ()

4.- ¿En qué áreas se han capacitado los prestadores de servicios de Turismo Comunitario?

5.- ¿Con qué frecuencia se imparte capacitación a los miembros de la Red.

6.- ¿Cómo han financiado las capacitaciones anteriores?

7.- ¿En caso de impartir la capacitación a futuro como se la podrá financiar?

7.- ¿Se han establecido planes de capacitación?

8.- ¿En qué áreas les gustaría recibir capacitación?

9.- ¿En qué lugar les gustaría recibir la capacitación?

Comunidad ()

Saraguro ()

Loja ()

10.- ¿En qué áreas considera más importante la capacitación para mejorar el servicio que ofrece el Turismo Comunitario.

- ✓ Atención al cliente ()
- ✓ Hospitalidad ()
- ✓ Relaciones Humanas ()
- ✓ Seguridad Alimentaria ()
- ✓ Manipulación de Alimentos ()
- ✓ Técnicas de guianza ()
- ✓ Idiomas ()

11.3. ANEXO N° 3

ENCUESTA A LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO DE LAS COMUNIDADES DE LAGUNAS Y OÑACAPAC

CUESTIONARIO PARA DETECTAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO DE LAS COMUNIDADES DE LAGUNAS Y OÑACAPAC

Contesta lo más sincero posible el siguiente cuestionario, marcando con una X según sea tu respuesta.

SI NO

1.- ¿Ud., recibió por parte de alguna organización, o institución capacitación al momento de empezar a prestar servicios de turismo comunitario?

Si () NO ()

Que tipo _____.

2. ¿Actualmente Ud. recibe algún tipo de capacitación?

Si () NO ()

¿Qué tipo?

3. ¿Le gustaría recibir capacitación técnica?

Si () NO ()

4.- ¿Con qué frecuencia cree Ud. Que se debe brindar la capacitación en esta área.

Mensual ()

Trimestral ()

Semestral ()

Porque_____.

5.- Te han impartido algún curso de capacitación fuera de la comunidad.

Con quien _____.

6.- ¿Sus conocimientos te dan seguridad para hacer turismo comunitario.

Si () NO ()

Porque_____.

7.- Cree que mediante la capacitación podrá mejorar el rendimiento en la prestación de sus servicios?

Si () NO ()

Porque_____.

8.- ¿Cree que la falta de capacitación provoca un retraso en el desarrollo en el Turismo Comunitario?

Si () NO ()

Porque_____.

9.- ¿Existe buena relación entre Ud. Y sus colaboradores?

Si () NO ()

Porque_____.

10.- ¿En un futuro al recibir capacitación. en que horarios le gustaría recibir la misma?

14h00 a 15h00

15h00 a 16h00

14h00 a 19h00

15h00 a 20h00

Porque_____.

11.- ¿Existen días especiales para recibir un curso de capacitación.

Inicio de semana.

Fin de semana.

Porque_____.

12.- ¿En qué lugar le gustaría recibir la capacitación?

Comunidad ()

Saraguro ()

Loja ()

13.- Cuentan con recursos asignados estructurados para satisfacer un plan de capacitación?

Porque_____.

14.- ¿En qué áreas considera más importante la capacitación para mejorar el servicio que ofrece el Turismo Comunitario.

- ✓ Atención al cliente ()
- ✓ Hospitalidad ()
- ✓ Relaciones Humanas ()
- ✓ Seguridad Alimentaria ()
- ✓ Manipulación de Alimentos ()
- ✓ Técnicas de guianza ()
- ✓ Idiomas ()

11.4. ANEXO N° 4

ENCUESTA A LOS TURISTAS

CUESTIONARIO APLICADO A TURISTAS PARA DETECTAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO DE LAS COMUNIDADES DE LAGUNAS Y OÑACAPAC

Contesta lo más sincero posible el siguiente cuestionario, marcando con una X según sea tu respuesta.

SI O NO

1.- ¿Con qué frecuencia Ud. Visita Saraguro?

2. ¿A través de qué medios Ud. Conoció los servicios que ofertan dentro del Turismo Comunitario en Saraguro?

3. ¿Como fue su experiencia durante su estadía?

Excelente ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

4Ud. ¿Cree que los prestadores de servicio de Turismo Comunitario necesitan capacitación?

Si () NO ()

5.- ¿En qué áreas Ud. Considera que necesitan capacitarse?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

11.5. ANEXO N° 5 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta a los prestadores de servicios de turismo comunitario, de las comunidades de Oñacpac y Lagunas.

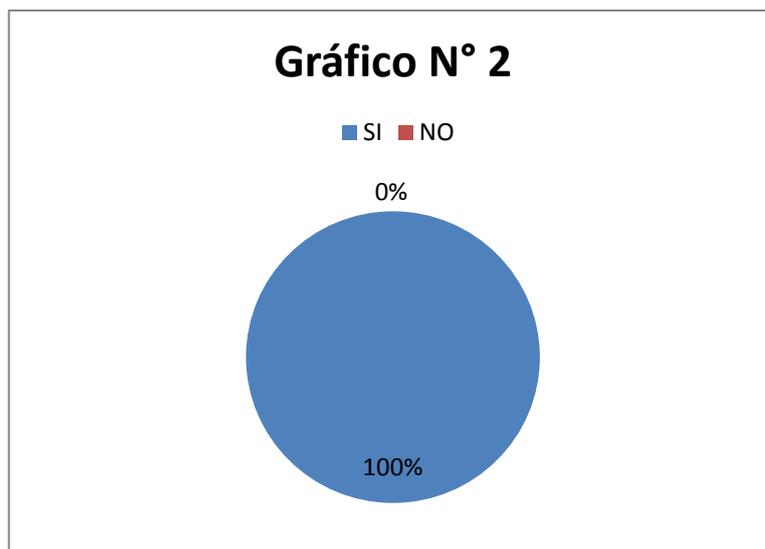
1.- ¿Ud. recibió por parte de alguna organización, o institución, capacitación al momento de empezar a prestar servicios de turismo comunitario?

Cuadro: N° 18

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

De las 6 personas encuestadas, que representa el 100%, todos los encuestados si han recibido algún tipo de capacitación al momento de empezar a prestar los servicios turísticos comunitarios, los temas que se han capacitado corresponden a gastronomía, hotelería, guianza, atención al cliente e infraestructura turística.

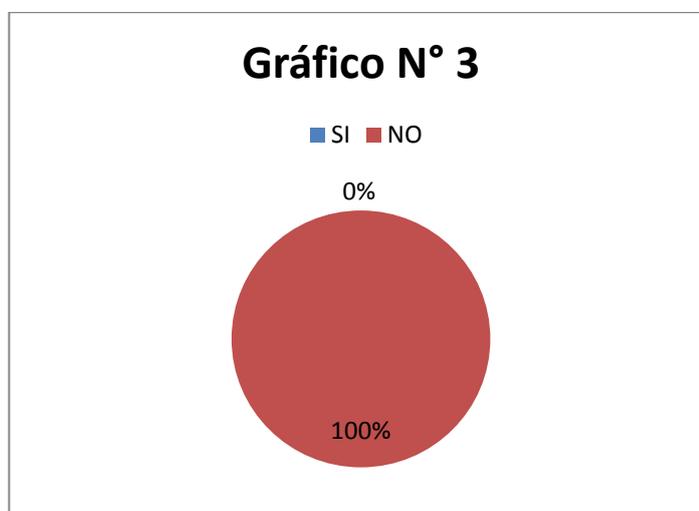
2.- ¿Actualmente Ud., recibe algún tipo de capacitación?

Cuadro: N° 19

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	6	100%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

Del 100% de las personas encuestadas, en este momento no están recibiendo ningún tipo de capacitación, por lo que es de vital importancia realizar un proceso de capacitación; manifiestan que en el año 2008, fue la última capacitación que recibieron.

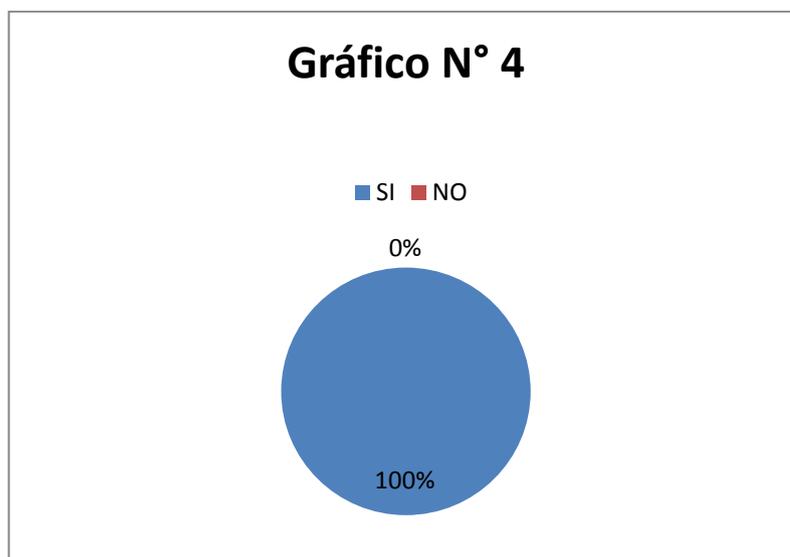
3.- ¿Le gustaría recibir capacitación técnica?

Cuadro: N° 20

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

Las 6 personas encuestadas que es el 100%, todas están de acuerdo a recibir capacitación técnica, porque durante mucho tiempo no han recibido nada de capacitación.

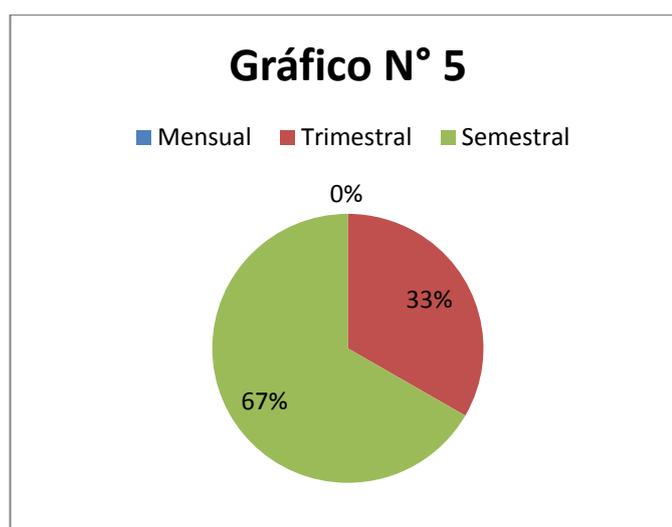
4.- ¿Con qué frecuencia cree Ud. Que se debe brindar la capacitación en esta área?

Cuadro: N° 21

OPCION	FRECUENCIA	%
Mensual		0%
Trimestral	2	33.33%
Semestral	4	66.66%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

El 33.33%, manifiesta y están de acuerdo a recibir la capacitación trimestralmente, es decir 3 veces al año; mientras que el 66.66% están de acuerdo someterse a capacitación dos veces al año, de aquí deducimos al que nuestro plan de capacitación será semestralmente.

5.- ¿Te han impartido algún curso de capacitación fuera de la comunidad?

Cuadro: N° 22

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	2	33.33%
NO	4	66.66%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

De las 6 personas encuestadas, el 33.33% responde que si han tenido la oportunidad de salir a capacitarse en otros lugares como son: Imbabura, Napo, lo hicieron ya que en estos lugares antes mencionados, ya estaban manejando lo que es el turismo comunitario, pero claro, esto se dio en el principio cuando se empezó con el turismo comunitario en Saraguro; y el 66.66% no han salido a capacitarse fuera de la ciudad de Saraguro.

6.- ¿Sus conocimientos le dan seguridad para hacer turismo comunitario?

Cuadro: N° 23

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	3	50%
NO	3	50%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

Con respecto a esta pregunta existe un equilibrio entre las dos partes; por un lado manifiestan, que por tratarse de lo nuestro, refiriéndose de las costumbres y tradiciones que son propias de nuestra tierra, eso a ellos le dan seguridad de sus conocimientos; pero hay cuestiones que se debe de realizar la capacitación y que siempre se tiene que estar innovando y actualizándose en sus conocimientos, ya que el turismo es tan dinámico; eso manifiestan.

7.- ¿Cree que mediante la capacitación podrá mejorar el rendimiento de la prestación de sus servicios?

Cuadro: N° 24

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

Del 100% de los encuestados manifiestan que mediante la capacitación constante si se mejora al momento de atenderle a un turista, ya que la capacitación es un medio para mejorar y adquirir más conocimientos, sobre todo que el turista de hoy en día es más exigente, y por otro lado opinan que la tecnología es un factor que influye mucho, por lo que hay que estarse actualizándose.

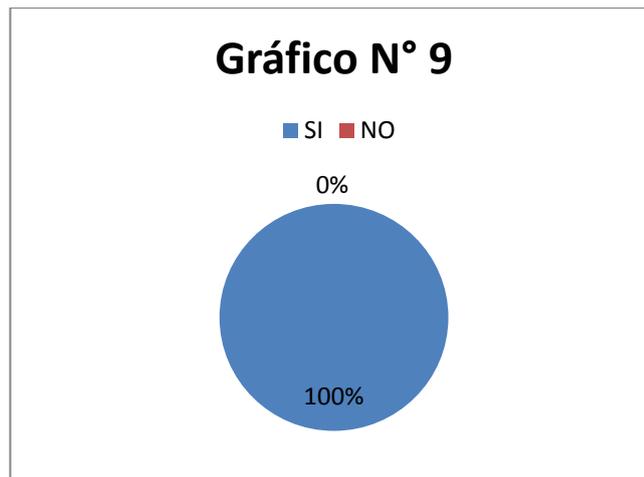
8.- ¿Cree que la falta de capacitación provoca un retraso en el desarrollo en el turismo comunitario?

Cuadro: N° 25

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

La falta de capacitación es el principal factor que influye, y por ello quizá muchos negocios no han funcionado o no se han desarrollado correctamente; en este sentido opinan que ya han tenido inconvenientes, ya que ellos no han recibido capacitación durante mucho tiempo, por lo que manifiestan que no están al 100% para atender las necesidades como el turista requiere.

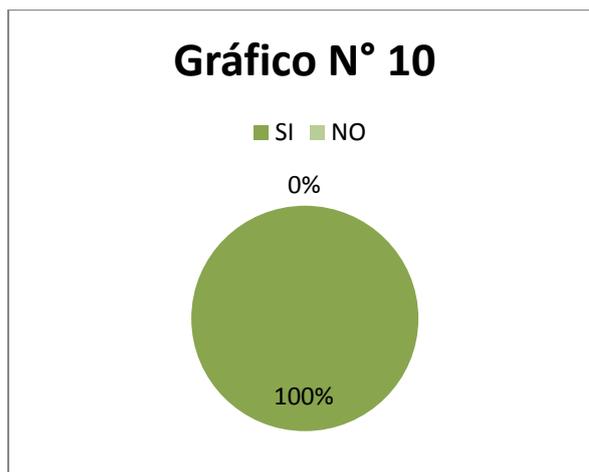
9.- Existe buena relación entre Ud. Y sus colaboradores?

Cuadro: N° 26

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

En lo que se refiere a esta pregunta, el 100% de los encuestados manifiestan que existe una muy buena relación con sus colaboradores de las comunidades.

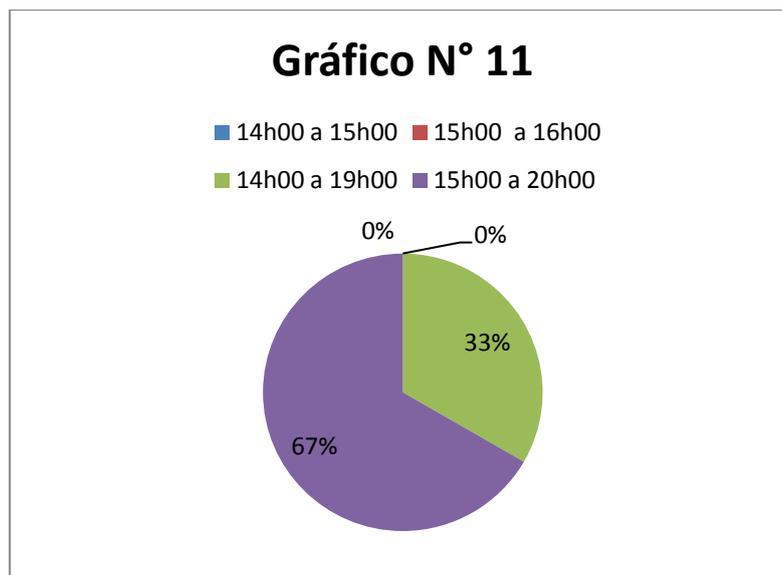
10.- ¿En el futuro al recibir capacitación en que horarios le gustaría recibir la misma?

Cuadro: N° 27

OPCION	FRECUENCIA	%
14h00 a 15h00	0	0%
15h00 a 16h00	0	0%
14h00 a 19h00	2	33.33%
15h00 a 20h00	4	66.66%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

Con respecto a la pregunta planteada, manifiestan no tener solo una sola hora al día de capacitación ya que les llevara más tiempo para desarrollar la misma; más bien están de acuerdo recibir 5 horas al día, eso a ellos les facilita, y la capacitación se culminara en un tiempo más corto; en la opción de 14h00 a 19h00, corresponde a 2 personas, que están de acuerdo con este horario, mientras que el 66.66% que es la mayoría, opina que están de acuerdo al horario, esto les facilita a realizar sus actividades en el día, para en la tarde dedicarse su tiempo al proceso de capacitación.

11.- Existen días especiales para recibir un curso de capacitación?

Cuadro: N° 28

OPCION	FRECUENCIA	%
Inicio de semana	2	33.33%
Fin de semana	4	66.66%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

El 33.33% manifiesta o más bien están de acuerdo a someterse a capacitación el inicio de semana; mientras que el 66.66% opina lo contrario, ya que a ellos se les facilita esos días, inclusive que los sábados muchas veces no tienen ninguna actividad.

12.- ¿En qué lugar le gustaría recibir la capacitación?

Cuadro: N° 29

OPCION	FRECUENCIA	%
Comunidad	3	50%
Saraguro	2	33.33%
Loja	1	16.66
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista

Elaboración: Los postulantes



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

Tres personas, que es el 50% manifiesta, que la capacitación se debe de realizar en la comunidad, ya que a ellos se les facilita; porque salir a otras ciudades se necesita más tiempo, y dinero; mientras que el 33.33% manifiesta tener la capacitación en la ciudad de Saraguro, ya que aquí existe lugares amplios y eso facilita para la capacitación; y por otro lado existe una persona que está de acuerdo salir a la ciudad de Loja para capacitarse, ya que en este escenario, existen mucha más facilidad, tanto de logística, infraestructura, y personal muy capacitado en estos temas de turismo para realizar tal evento.

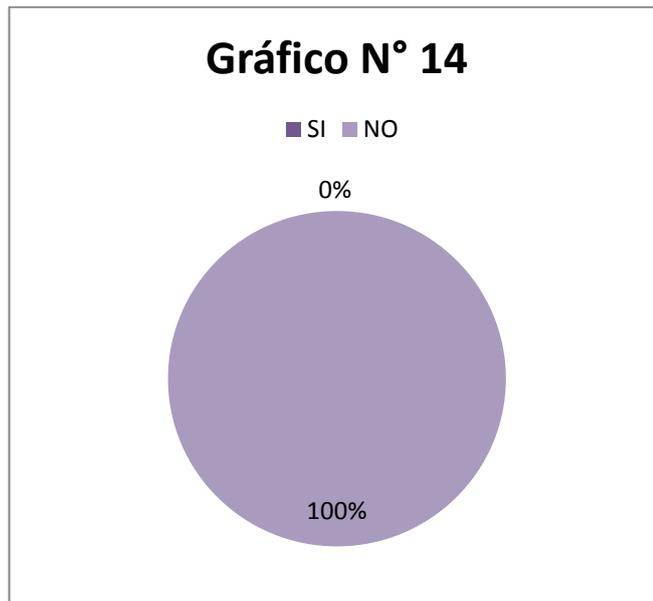
13.- ¿Cuentan con recursos asignados estructurados para satisfacer un plan de capacitación?

Cuadro: N° 30

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	6	100%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista

Elaboración: Los postulantes



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

En lo que se refiere a esta pregunta, los encuestados, manifiestan que no tienen los recursos necesarios para realizar dicha capacitación, que esta capacitación se debe dar por propia autogestión; pero también opinan que los organismos estatales, son los encargados de realizar esta cuestión, particularmente del Ministerio de Turismo, pero claro, que están conscientes de que deben de emprender propuestas, para presentar a estos organismos, y así se dé la capacitación.

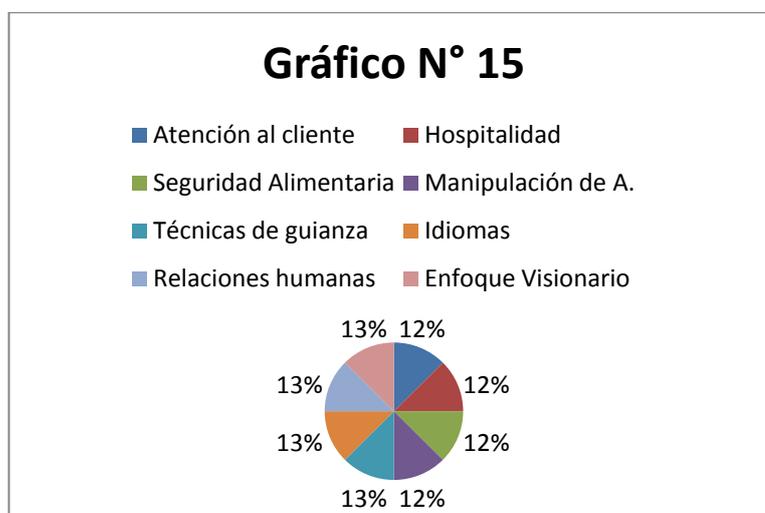
14.- ¿En qué áreas considera más importante la capacitación para mejorar el servicio que ofrece el Turismo Comunitario?

Cuadro: N° 31

OPCION	FRECUENCIA	%
Atención al cliente	6	12.5%
Hospitalidad	6	12.5%
Seguridad Alimentaria	6	12.5%
Manipulación de A.	6	12.5%
Técnicas de guianza	6	12.5%
Idiomas	6	12.5%
Relaciones humanas	6	12.5%
Enfoque Visionario	6	12.5%
TOTAL	48	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

En lo que concierne a la pregunta planteada, todas las personas están de acuerdo, a capacitarse en los temas planteados, en la presente encuesta. Por lo que se identificó las necesidades y requerimientos que tienen las dos comunidades en estudio, de capacitación en estos temas.

Encuesta a los Turistas, para detectar las necesidades de capacitación a los prestadores de servicio de turismo Comunitario de las comunidades de Oñacapac y Lagunas.

1.- Con qué frecuencia Ud. Visita Saraguro?

Se realizó a 6 personas, de las cuales, existen 3 turistas que manifiestan que visitan Saraguro una vez al año, dos turistas que contestan la pregunta planteada, y por último un turista que manifiesta que visita Saraguro rara vez.

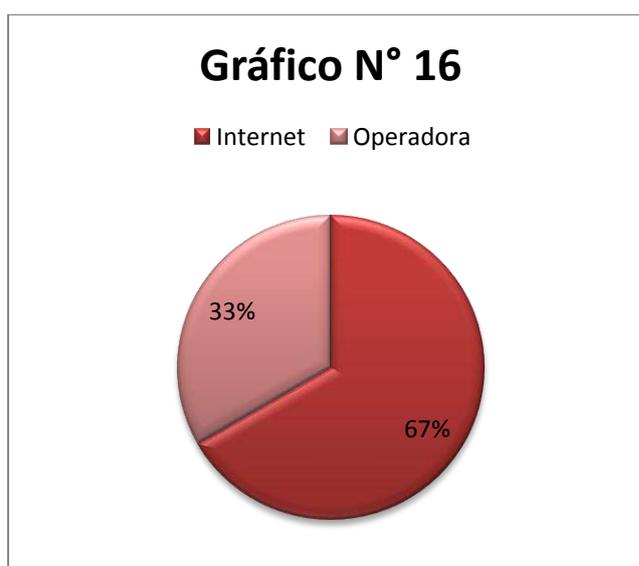
2.- ¿A través de qué medios Ud. Conoció los servicios que ofertan dentro del turismo Comunitario en Saraguro?

Cuadro: N° 32

OPCION	FRECUENCIA	%
Internet	4	66.66%
Operadora	2	33.33%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

El 66.66% que representa la mayoría, de los turistas encuestados dicen que, conocieron los servicios que oferta Saraguro como turismo comunitario, a través del internet, mientras que el 33.33% lo hicieron a través de la operadora de turismo. Saraurku.

3.- ¿Cómo fue su experiencia durante su estadía?

Cuadro: N° 33

OPCION	FRECUENCIA	%
Excelente	0	0%
Buena	4	66.66%
Regular	2	33.33%
Mala	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

De acuerdo a la pregunta planteada, el 66.66% opina que su experiencia vivida, dentro del turismo Comunitario en Saraguro, fue de manera buena; por otro lado el 33.33% manifiesta, que los servicios prestados fue de manera regular; por lo que podemos decir, que dentro del proceso del turismo comunitario en Saraguro existe una falencia, por lo que se debe de mejorar, para satisfacer a los clientes.

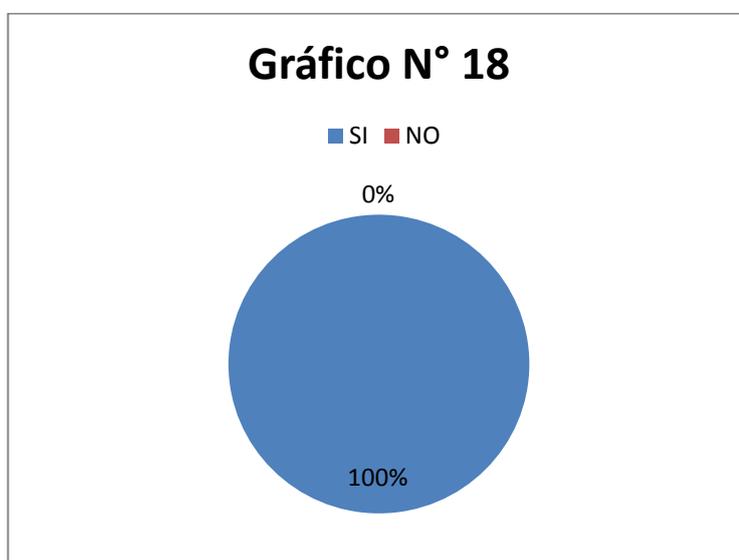
4.- ¿Cree que los prestadores de servicio de turismo comunitario necesitan capacitación?

Cuadro: N° 34

OPCION	FRECUENCIA	%
SI	6	100%
NO		0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

En esta pregunta, está muy claro que el 100% manifiesta que los prestadores de servicio de turismo comunitario si necesitan una capacitación, para mejorar los servicios que ofertan dentro de este proceso.

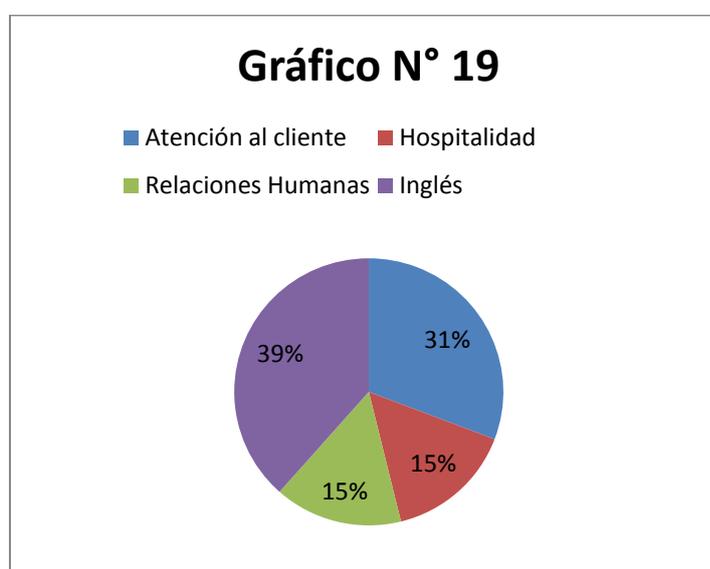
5.- ¿En qué áreas Ud. Considera que necesitan capacitarse?

Cuadro: N° 35

OPCION	FRECUENCIA	%
Atención al cliente	4	30.77%
Hospitalidad	2	15.38%
Relaciones Humanas	2	15.38%
Inglés	5	38.46%
TOTAL	13	100%

Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.



Fuente: Entrevista.

Elaboración: Los Autores.

De acuerdo a las respuestas de los turistas, el 38.46% opinan que se debe de capacitar en el tema de inglés que es una cifra alta, por lo que se debe emprender acciones para solventar esta debilidad; seguido del 30.77% manifiesta que el tema de atención al cliente hay que capacitarse para mejorar el servicio y atención; en lo que se refiere el tema de Hospitalidad y relaciones humanas, aparecen con un mismo porcentaje (15.38%). Estos son los 4 temas que los prestadores de servicios de turismo comunitario en Saraguro se debe de capacitarse, y así ofertar un buen servicio, y atención a los clientes.

Entrevista para detectar las necesidades de capacitación aplicada al presidente de la red de turismo comunitario de Saraguro.

1.- ¿Con cuántas comunidades se está trabajando dentro de la red del turismo comunitario en Saraguro?

Manifiesta que en el principio se empezó con 4 comunidades, pero que luego se sumaron 3 comunidades mas, siendo las siguientes: Oñacapac, Ñamarín, Lagunas, Ilincho, Gera, Chamental y Sabadel.

2.- ¿El personal que trabaja dentro de la Red es profesional?

En lo que concierne a esta pregunta, el presidente manifiesta que: es una RED social, por lo que el personal que labora aquí no es profesional, pero que si se han capacitado para realizar las actividades de turismo comunitario, algunas personas han tenido la oportunidad de viajar a otras provincias como es Imbabura y Napo, para realizar un intercambio de ideas, ya que de eso se trata del turismo comunitario, es una convivencia, con las familias de las comunidades, que esto al turista le llama la atención y es muy acogida para turistas extranjeros especialmente.

3.- ¿Los prestadores de servicio han recibido capacitación técnica por parte de la red de turismo comunitario?

Manifiesta que si se han impartido capacitación muchas veces, al principio del proceso del turismo comunitario, tuvieron muchas capacitaciones; pero que en la actualidad ya no se ha realizado capacitaciones.

4.- ¿En qué áreas se han capacitado los prestadores de servicio de turismo comunitario?

En temas de gastronomía, atención al cliente, hotelería, e idioma. Esto se dio cuando se empezó a trabajar con el turismo comunitario en Saraguro, y los siguientes 4 años.

5.- ¿Con qué frecuencia se imparte capacitación a los miembros de la Red?

En el periodo de los años 2000 al 2007, se dieron muchas capacitaciones, pero de este último año, hasta la actualidad no se han impartido ningún tipo de capacitación.

6.- ¿Cómo han financiado las capacitaciones anteriores?

Básicamente han tenido apoyo de Ong's, fundaciones y el Mintur; según la respuesta del presidente de la Red de turismo Comunitario de Saraguro.

7.- ¿En caso de impartir capacitación a futuro como se lo podrá financiar?

Manifiesta que no están en la posibilidad de realizar, ya que es un poco costosa la capacitación, pero que los organismo del estado como el Mintur esperan que los capaciten; pero claro esta conciente de la gestión que se tiene que hacer en los organismos estatales para que se dé la capacitación, dice que se tiene que realizar una propuesta de capacitación, para que ellos lo analicen, y posterior a ello, si es posible realizar la capacitación.

8.- ¿En qué áreas les gustaría recibir la capacitación?

Según el presidente, manifiesta que se debe de realizar capacitación, en Motivación, porque existe gente que quieren conseguir recursos de la actividad turística de noche a la mañana, realidad que no es así, es un largo proceso que se debe de seguir para conseguir a los turistas; y por ello algunas familias han renunciado a la actividad de turismo comunitario, para dedicarse a actividades agrícolas y ganaderas.

9.- ¿En qué lugar le gustaría recibir la capacitación?

Piensa que el lugar idóneo es la ciudad de Saraguro, porque al tratarse de las comunidades, se tendría que distribuir el programa de capacitación para las 7 comunidades que integran el turismo comunitario; mientras tanto que sería más factible reunir a la gente en un solo lugar y así abaratar los costos de la misma; y también todas las comunidades juntas, se haría un

intercambio de experiencias, y así mejorar y enriquecer de una mejor manera los conocimientos.

10.- ¿En qué áreas considera más importante la capacitación para mejorar el servicio que ofrece el Turismo Comunitario?

Para esta pregunta nosotros como postulantes de a la obtención del título de Ingeniería en Administración Turística hemos planteado los siguientes temas:

Atención al cliente

Hospitalidad

Relaciones humanas

Seguridad Alimentaria

Manipulación de Alimentos

Técnicas de Guianza

Inglés Turístico

Por lo que el presidente de la red con respecto a esta pregunta, opina que en realidad todos los temas son muy interesantes, ya que en la actualidad no se ha impartido capacitación y ningún tema antes mencionado; las comunidades que integran el turismo comunitario algunas de ellas como es Gera, casi se debe de empezar desde cero en capacitación en todos los ámbitos; mientras que Lagunas y Oñacapac, también se necesita la capacitación, pero que es más como una retroalimentación ya que ellos ya tienen una noción y conocimientos de las actividades turísticas.

11.6. Anexo N°6. Proforma de cada manual (cinco manuales)



BARRICADA
RUC 1103413835001

*Copias
Empastados
Impresiones*

*Internet
Comunicaciones
Tintas*

*Suministros
Discos
Portadas en CD's*

la solución a tus problemas...

RECIBO PROFORMA

Nº 001785

FECHA

27 02 2013

Cliente: *Mauricio Bustuche - Yerovi Paritama*

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
1	<i>Manual de 20 hojas cola y 8 en negro con encuadernado</i>		16,00
			TOTAL 16,00
			ANTICIPO
			SALDO



FIRMA CLIENTE



FIRMA AUTORIZADA

TOTAL 16,00

ANTICIPO

SALDO

PROFORMA valores no incluyen I.T.A.

Lourdes 13-31 entre Bolívar y Bernardo Valdivieso Telefax: 07-2561593 barricada_toja@hotmail.com

11.7. Anexo N° 7. Oficios

Loja, 11 de Enero de 2013

Sr. Paul Moreno Romero
COORDINADOR ZONAL DEL MINISTERIO DE TURISMO LOJA

Presente

De nuestras consideraciones:

Con atento saludo nos dirigimos a Usted, con el fin de exponer y solicitar lo siguiente:

Teniendo en cuenta que la prestación de servicios de Turismo Comunitario es una alternativa económica de las comunidades indígenas, seguros que para ello se necesita contar con personal capacitado a la hora de prestar los diferentes servicios, hemos planteado como proyecto de tesis "Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del Cantón Saraguro, Provincia de Loja"; al cual nos aprestamos a socializarlo con los actores involucrados.

Por tal motivo solicitamos de la manera más comedida se delegue un representante del MINTUR Loja para que nos acompañe a la socialización del proyecto el día Viernes 18 de Enero a las 15h00 en Saraguro en el local de Federación Interprovincial de Indígenas Saraguro "FIIS"

Por la atención que se sirva dar al presente, le anticipamos nuestros agradecimientos reiterando los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

 Mauricio Cartuche S. EGRESADO	 Lic. Mariuxi Loarte T. DIRECTORA DE TESIS	 Milquer Saritama EGRESADO
---	---	--


UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
CARRERA DE TURISMO
LOJA


COORDINACION ZONA 7
SECRETARIA
FECHA: 11 de Enero de 2013
RECIBIDO POR: [Signature] LSWS3

Loja, 11 de Enero de 2013

Ing. Rodó Toral

COORDINADORA DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA UNL.

Presente

De nuestras consideraciones:

Con atento saludo nos dirigimos a Usted, con el fin de exponer y solicitar lo siguiente:

Teniendo en cuenta que la prestación de servicios de Turismo Comunitario es una alternativa económica de las comunidades indígenas, seguros que para ello se necesita contar con personal capacitado a la hora de prestar los diferentes servicios, hemos planteado como proyecto de tesis "Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacapac del Cantón Saraguro, Provincia de Loja"; al cual nos aprestamos a socializarlo con los actores involucrados.

Por tal motivo solicitamos de la manera más comedida se delegue a la Lic. Marluxi Loarte T, directora de tesis, para que nos acompañe a la socialización del proyecto el día Viernes 18 de Enero a las 15h00 en Saraguro en el local de Federación Interprovincial de Indígenas Saraguro "FIIS"

Por la atención que se sirva dar al presente, le anticipamos nuestros agradecimientos reiterando los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,


Mauricio Cartuche S.

EGRESADO


Milquer Saritama

EGRESADO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
 SECRETARIA
11-01-13
RECIBIDO

Loja, 12 de Enero de 2013

Sr. Baudilio Quizhpe

PRESIDENTE DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO DE SARAGURO

Saraguro

De nuestras consideraciones:

Con atento saludo nos dirigimos a Usted, con el fin de exponer y solicitar lo siguiente:

Teniendo en cuenta que la prestación de servicios de Turismo Comunitario es una alternativa económica de las comunidades indígenas, seguros que para ello se necesita contar con personal capacitado a la hora de prestar los diferentes servicios, hemos planteado como proyecto de tesis "Diseño de un plan de capacitación operacional, para los prestadores de servicio de Turismo Comunitario de las comunidades de Lagunas y Oñacpac del Cantón Saraguro, Provincia de Loja"; al cual nos aprestamos a socializarlo con los actores involucrados.

Por tal motivo solicitamos de la manera más comedida nos acompañe a la socialización del proyecto el día Viernes 18 de Enero a las 15h00 en Saraguro en el local de Federación Interprovincial de Indígenas Saraguro "FIIS"

Por la atención que se sirva dar al presente, le anticipamos nuestros agradecimientos reiterando los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,


Mauricio Cartuche S.
EGRESADO


Lic. Mariuxi Loarte T.
DIRECTORA DE TESIS


Milquet Saritama
EGRESADO

*Recibido
12-01-13
Kof*

11.8. Anexo N° 8 Registro de asistencia

REGISTRO DE ASISTENCIA

SOCIALIZACIÓN DEL "DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN OPERACIONAL, PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE TURISMO COMUNITARIO DE LAS COMUNIDADES DE LAGUNAS Y OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA"

Nombres y Apellidos	N° de cédula	N° de Teléfono	Comunidad/ A quien Representa	Firma
Rosa Mercedes Soriano Sarango	1102805023	220052	C.T.C. Lagunas	
Yoch Quichipe Lozano		1	Lagunas	
Sigfredo Jirsa	1101234119	0905052047	OÑACAPAC	
Luisito Poma	1103475912	0999913401	Red Turismo Comunitario	
Luis Mercedes Quichipe	1102805023	0986111954	C.T.C. Lagunas	
Baudilio Quichipe	1102496140	2200352	Red Turismo Saraguro Píkey	
Viviana Elizabeth Macaula	1104267313	2570-485	Ministerio de Turismo	
Maruxi Loarte Tene	1104112584	2583353	Universidad Nacional	

MARCIO CARTACHE SARANGO	1104675745	0997099536	POSTULANTE - EGRESADO	
Milquer Sarifania Carrión	1104371966	0991307558	Postulante - Egresado	

11.9. Anexo N° 9 Figuras

Figura N° 3. Registro de asistencia socialización



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Los Autores.

Figura N° 4. Participantes de la socialización



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Los Autores.

Figura N° 5. Socialización



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Los Autores.

Figura N° 6. Socialización



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Los Autores.

Figura N° 7. Exposición de los manuales



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Los Autores.

Figura N° 8. Interrogatorio al final de la socialización



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Los Autores.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Pág.
CARATULA	i
INFORME DIRECTOR DE TESIS	ii
AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
1. TITULO	1
2. RESUMEN	2
SUMMARY	4
3. INTRODUCCIÓN	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA	11
4.1. Marco Conceptual.....	11
4.1.1. Actividad turística.....	11
4.1.1.1. Turismo	11
4.1.1.2. Turista	11
4.1.1.3. Atractivo Turístico.....	11
4.1.1.4. Servicios Turísticos.....	12
4.1.1.5. Recursos Turísticos.....	12
4.1.1.6. Recurso Naturales.....	12
4.1.1.7. Recursos socio culturales	12
4.1.1.8. Espacio Turístico	13
4.1.1.9. Diagnóstico Turístico.....	13
4.1.1.10. Inventario Turístico	13
4.1.1.11. Itinerario Turístico	14
4.1.1.12. Paquete Turístico	14
4.1.1.13. Infraestructura Turística	15
4.1.1.14. Facilitación turística (Plandetur 2020).....	15
4.1.2. Planes de Capacitación	16
4.1.3. Capacitación	16
4.1.3.1. Tipos de Capacitación	16

4.1.3.2. Beneficios de Capacitación	16
4.1.3.3. Objetivos de Capacitación	17
4.1.3.4. Métodos y técnicas de aprendizaje	19
4.1.3.5. Recursos para la capacitación	22
4.1.3.6. ¿Qué es un plan de capacitación?	23
4.1.3.7. ¿Qué es el turismo comunitario?	23
4.2. MARCO REFERENCIAL	24
4.2.1. Aspectos generales del área de estudio.....	24
4.2.1.1 Datos generales del cantón Saraguro	24
4.2.1.2. Reseña histórica de Saraguro	24
4.2.1.3. Origen del nombre	24
4.2.1.4. Historia de los Saraguros	25
4.2.1.5. Gastronomía de Saraguro	25
4.2.1.6. Fiestas Cívicas y Religiosas	25
4.2.1.7. Servicios turísticos.....	26
4.2.2. Datos generales del área de estudio	26
4.2.2.1. Datos generales de la comunidad de Lagunas	26
4.2.2.1.1 Fiestas y tradiciones	27
4.2.2.1.1.1. Inty Raymi	27
4.2.2.1.1.2. Cosecha	28
4.2.2.1.1.3. Naturaleza	28
4.2.2.1.1.4. Actividades	28
4.2.2.1.1.5. Ritual	29
4.2.2.1.1.6. Actividades artesanales y turismo	29
4.2.2.2. Datos generales de la comunidad de Oñacapac	30
4.2.2.2.1. Origen de la comunidad de Oñacapac	30
4.2.2.2.2. Líderes de la comunidad de Oñacapac	32
4.2.2.2.3. Situación actual de la comunidad	32
4.2.2.2.4. Actividades artesanales y de turismo	33
4.2.2.3. Turismo comunitario Saraguro	34
4.2.2.3.1. Red de Turismo Comunitario Saraguro Ricuy	34
4.2.2.3. 2.Proceso histórico del turismo Comunitario	34
4.2.2.3.3. Situación actual	36
4.2.2.3.4. Comunidades que integran el turismo comunitario.....	37

4.2.2.3.4.1. Comunidad Gunudel	37
4.2.2.3.4.2. Comunidad Chamental	38
4.2.2.3.4.3. Comunidad Oñacapac	38
4.2.2.3.4.4. Comunidad Lagunas	39
4.2.2.3.4.5. Comunidad Ilincho	39
4.2.2.3.4.6. Comunidad Jera	40
4.2.2.3.5. Alojamientos turísticos comunitarios	40
4.2.2.3.6. Productos que se ofertan dentro del turismo comunitario	42
5. MATERIALES Y MÉTODOS.....	43
5.1. Identificación de la muestra	43
5.2. Materiales	43
3.3. Métodos	44
5.3.1. Primer objetivo específico	44
5.3.2. Segundo objetivo específico	45
5.3.3. Tercer objetivo específico	47
6. RESULTADOS.....	48
6.1. Matriz de diagnóstico situacional.....	49
6.1.1. Análisis Geográfico	49
6.1.2. Análisis ecológico	51
6.1.3. Análisis político y poblacional	52
6.1.3.1. Organización político social	52
6.1.3.2. Antecedentes demográficos	52
6.1.3.3. Datos poblacionales	54
6.1.4. Análisis socioeconómico	54
6.1.4.1. Antecedentes económicos	54
6.1.4.2. Producción agrícola en Oñacapac y Lagunas	56
6.1.5. Producción Pecuaria	57
6.1.6. Análisis histórico cultural	57
6.1.6.1. Análisis histórico	57
6.1.6.1.1. Comunidad de Oñacapac	57
6.1.6.1.2. Comunidad de Lagunas	60
6.1.6.2. Análisis cultural	62
6.1.6.2.1. Tradiciones	62
6.1.6.2.2. Artesanías	63

6.1.6.2.3. Música y danza	63
6.1.6.2.4. Vestimenta	64
6.1.7. Leyendas	65
6.1.7.1. La única hacha que tenía un pobre	65
6.1.7.2. La leyenda del Virgen Káká	68
6.1.7.3. Laguna del Puglla	70
6.1.7.1. El conejo que quería crecer	72
6.1.8. Festividades	74
6.1.9. Gobernanza	75
6.1.10. Infraestructura de servicios básicos	76
6.1.10.1. Transporte y Accesibilidad	76
6.1.10.2. Comunicaciones	76
6.1.10.3. Sanidad.....	76
6.1.11. Vigilancia y seguridad de la comunidad	78
6.1.12. Oferta de servicios turísticos.....	78
6.1.13. Caracterización de la demanda	79
6.1.13.1. Existe demanda turística en la comunidad?	79
6.1.14. Análisis de la competencia	79
6.2. Interpretación de resultados	82
6.2.1. Entrevista	82
6.2.2. Encuestas a prestadores de servicio	88
6.2.3. Propuesta	98
6.2.3.1. Tema	98
6.2.3. 2. Justificación	98
6.2.3.3. Introducción	99
6.2.3.4. Objetivo General	100
6.2.3.5. Objetivos específicos	101
6.2.3.6. Desarrollo de la propuesta	101
6.2.3.7. Políticas	103
6.2.3.8 Estrategia	103
6.2.3.9. Tácticas.....	104
6.2.3.10. Costo	104
6.2.3.11 Financiamiento.....	106

6.2.3.12. Responsables.....	106
7. DISCUSIÓN.....	109
7.1. Discusión de la propuesta	109
7.2. Diseño de los manuales	111
7.3. Socialización de la propuesta.....	291
7.3.1. Tercer objetivo.....	291
7.3.1.1. Desarrollo	292
8. CONCLUSIONES.....	295
9. RECOMENDACIONES.....	297
10. BIBLIOGRAFÍA	299
11. ANEXOS	301
11.1. Anexo 1 Anteproyecto	302
11.2. Anexo 2 Entrevista	318
11.3 Anexo 3 Encuesta a prestadores de servicio	320
11.4. Anexo 4 Encuesta a turistas.....	323
11.5. Anexo 5 Tabulación e interpretación de resultados	324
11.6. Anexo 6 Proforma	345
11.7. Anexo 7 Oficios	346
11.8. Anexo 8 Registro de asistencia	349
11.9. Anexo 9 Figuras	350
Índice de contenidos	353

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nro. 1. Ubicación Geográfica	49
Cuadro Nro. 2. Datos Estadísticos	50
Cuadro Nro. 3. Áreas naturales	51
Cuadro Nro. 4. Distribución Poblacional	54
Cuadro Nro. 5. Actividades económicas.....	56
Cuadro Nro. 6. Producción Agrícola	56

Cuadro Nro. 7. Producción pecuaria	57
Cuadro Nro. 8. Producción artesanal	57
Cuadro Nro. 9. Fiestas Cívicas	74
Cuadro Nro. 10. Fiestas Religiosas	74
Cuadro Nro. 11. Gastronomía	75
Cuadro Nro. 12. Servicios educativos	77
Cuadro Nro. 13. Costos de capacitación	105
Cuadro Nro. 14. Plan de Capacitación para las comunidades de Lagunas y Oñacapac	107
Cuadro Nro. 15. Planificación	111
Cuadro Nro. 16. Presupuesto anteproyecto	314
Cuadro Nro. 17. Cronograma anteproyecto	315
Cuadro Nro. 18. Tabulación e interpretación de resultados encuesta prestadores de servicio de las comunidades	324
Cuadro Nro. 19. Tabulación e interpretación de resultados	325
Cuadro Nro. 20. Tabulación e interpretación de resultados	326
Cuadro Nro. 21. Tabulación e interpretación de resultados	327
Cuadro Nro. 22. Tabulación e interpretación de resultados	328
Cuadro Nro. 23. Tabulación e interpretación de resultados	328
Cuadro Nro. 24. Tabulación e interpretación de resultados	329
Cuadro Nro. 25. Tabulación e interpretación de resultados	330
Cuadro Nro. 26. Tabulación e interpretación de resultados	331
Cuadro Nro. 27. Tabulación e interpretación de resultados	332
Cuadro Nro. 28. Tabulación e interpretación de resultados	333
Cuadro Nro. 29. Tabulación e interpretación de resultados	334
Cuadro Nro. 30. Tabulación e interpretación de resultados	335
Cuadro Nro. 31. Tabulación e interpretación de resultados	337
Cuadro Nro. 32. Tabulación e interpretación de resultados encuesta a los turistas	338
Cuadro Nro. 33. Tabulación e interpretación de resultados	339
Cuadro Nro. 34. Tabulación e interpretación de resultados	340
Cuadro Nro. 35. Tabulación e interpretación de resultados	341

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1 Estructura administrativa de la comunidad de Oñacapac.	59
Gráfico Nro. 2 Tabulación e interpretación de resultados encuesta prestadores de servicio de las comunidades	324
Gráfico Nro. 3 Tabulación e interpretación de resultados	325
Gráfico Nro. 4 Tabulación e interpretación de resultados	326
Gráfico Nro. 5 Tabulación e interpretación de resultados	327
Gráfico Nro. 6 Tabulación e interpretación de resultados	328
Gráfico Nro. 7 Tabulación e interpretación de resultados	329
Gráfico Nro. 8 Tabulación e interpretación de resultados	330
Gráfico Nro. 9 Tabulación e interpretación de resultados	331
Gráfico Nro. 10 Tabulación e interpretación de resultados	332
Gráfico Nro. 11 Tabulación e interpretación de resultados	333
Gráfico Nro. 12 Tabulación e interpretación de resultados	334
Gráfico Nro. 13 Tabulación e interpretación de resultados	335
Gráfico Nro. 14 Tabulación e interpretación de resultados	336
Gráfico Nro. 15 Tabulación e interpretación de resultados	337
Gráfico Nro. 16 Tabulación e interpretación de resultados encuesta a turistas	338
Gráfico Nro. 17 Tabulación e interpretación de resultados	339
Gráfico Nro. 18 Tabulación e interpretación de resultados	340
Gráfico Nro. 19 Tabulación e interpretación de resultados	341

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura Nro. 1. Vestimenta mujer Saraguro	64
Figura Nro. 2. Vestimenta hombre Saraguro	65
Figura Nro. 3. Registro de asistencia socialización	350
Figura Nro. 4. Participantes de la Socialización	350
Figura Nro. 5. Socialización	351
Figura Nro. 6. Socialización	351
Figura Nro. 7. Exposición de los manuales	352
Figura Nro. 8. Interrogatoria al final de socialización	352