



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

**CARRERA DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
TURÍSTICA EN MEDIO AMBIENTE**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN GESTIÓN TURÍSTICA EN MEDIO AMBIENTE**

**“ANÁLISIS DEL NIVEL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS
HOSTERÍAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA”**

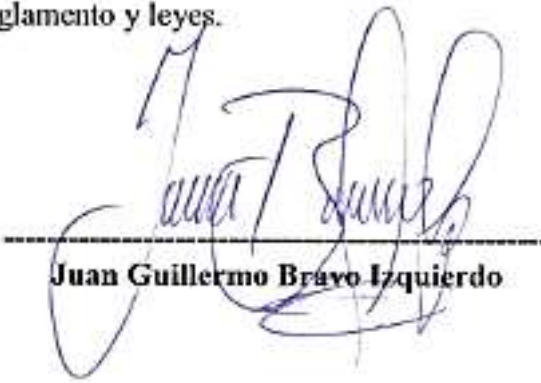
JUAN GUILLERMO BRAVO IZQUIERDO

**DIRECTORA DE TESIS:
TRELLES ORDÓÑEZ DANIELA ALEXANDRA. MGS.**

**OCTUBRE 2017
LOJA-ECUADOR**

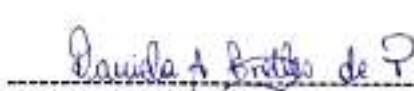
Yo, **JUAN GUILLERMO BRAVO IZQUIERDO**, declaro bajo juramento que el trabajo de investigación denominado **"Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba"**, es de mi autoría; mismo que no ha sido presentado anteriormente con fines académicos, respaldado en la bibliografía que lo compone en sus partes.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que el presente trabajo sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Juan Guillermo Bravo Izquierdo

Yo, **DANIELA ALEXANDRA TRELLES ORDÓÑEZ**, certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo responsable exclusivo tanto en su originalidad, autenticidad, como en su contenido.



Trelles Ordóñez Daniela Alexandra. Mgs.

Dejo constancia de mi imperecedera gratitud a la Universidad Internacional del Ecuador, en especial a la Carrera de Ingeniería de Medio Ambiente y Turismo, a sus distinguidos docentes, que han sabido forjarme en el transcurso de mi paso por las aulas; a mis compañeros de clase, quienes han sido de igual manera pilar fundamental para el cumplimiento de mis metas; y de manera especial a la ingeniera Trelles Ordóñez Daniela Alexandra. Mg.Sc. , directora del presente trabajo investigativo, por su inagotable entrega en la orientación de la presente tesis.

El presente trabajo investigativo es dedicado a mis padres, quienes han sabido ser la fuerza y la razón para que sea posible la culminación de mis estudios; así mismo a mis familiares que supieron guiarme en el camino de la vida para llegar a ser un individuo de provecho ante la sociedad.

Resumen

El enfoque de la presente investigación denominada “Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba”. Contiene los parámetros necesarios que exige la Universidad Internacional del Ecuador, mediante la aplicación de los diferentes métodos de investigación que la caracterizan, pues los objetivos que se han propuesto desarrollar han sido cumplidos a cabalidad. La investigación de campo fue hito fundamental para determinar el estado en que se encuentran los parámetros de atención al cliente de uno de los puntos de convergencia más importantes para el turismo de nuestra ciudad y del país, se ha propuesto el desarrollo de un marco referencial donde pone a consideración las características históricas, políticas y geográficas de la parroquia Vilcabamba, así como la conceptualización de los términos más importantes que corresponden y se vinculan con el trabajo investigativo, así mismo para la investigación fue fundamental el planteamiento de tres diferentes talleres de capacitación con la finalidad de que sean impartidos, por ponentes profesionales y conocedores de la materia turística, así como las autoridades, puesto que el turismo es la proyección del desarrollo económico de nuestra región sur. La presente tesis está realizada de igual manera con el establecimiento y la especificación de los diferentes parámetros de calidad que exige cada vez más el creciente mercado del turismo.

Palabras Clave: Turismo, calidad, hostería

Abstract

The approach of the present investigation called "Analysis of the level of attention to the client in the inns of the parish Vilcabamba". It contains the necessary parameters required by the International University of Ecuador, through the application of the different research methods that characterize it, since the objectives I set out to develop have been fully complied with. Field research was a key milestone in determining the state of the customer service parameters of one of the most important points of convergence for tourism in our city of the country.

I have proposed the development of a frame of reference where it puts into consideration the historical, political and geographical characteristics of the parish Vilcabamba, as well as the conceptualization of the most important terms that correspond and are linked to my research work.

Also, for the investigation was fundamental the approach of three different training workshops with the purpose of that they are imparted, by the hostels of the locality, as well as the authorities, since the tourism is the projection of the economic development of our Region of the South. The present thesis is done in the same way with the establishment and specification of the different parameters of quality demanded by the increasingly growing tourism market.

keywords: Tourism, quality, hostelry

ANÁLISIS DEL NIVEL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS HOSTERÍAS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA

CERTIFICADOS	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRACT	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE CUADROS.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIV
 TEMA:	 15
1. INTRODUCCIÓN	16
1.1 Objetivos	20
1.1.1 Objetivo General	20
1.1.2 Objetivos Específicos.....	20
 II. MARCO TEORICO	 21
2.1 Marco referencial.....	21
2.1.1 Reseña histórica de la parroquia Vilcabamba	21
2.1.2 La longevidad, como mayor atracción de turismo en Vilcabamba	22
2.1.3 Ambientalismo, y desarrollo sustentable	24
2.1.4 El patrimonio natural y cultural de Vilcabamba	27
2.2 Marco conceptual.....	28
2.2.1 Cultura.....	28
2.2.2 Sociedad y cultura.	29
2.2.3 Auditoria	30

2.2.4 Buzón de sugerencias.....	31
2.2.4.1 Sugerencia.....	31
2.2.4.2 Queja.....	31
2.2.4.3 Reclamo.....	32
2.2.5 Creación de empleos.....	32
2.2.6 Cliente.....	33
2.2.7 Competitividad.....	34
2.2.8 Ética.....	35
2.2.9 Crecimiento económico.....	36
2.2.10 Región rural.....	37
2.2.11 Turista.....	38
2.2.12 Hospitalidad.....	39
2.2.13 Oferta turística.....	40
2.2.14 Atractivo turístico.....	40
III. MATERIALES Y MÉTODOS.....	42
3.1 Ubicación.....	42
3.1.1 Geográfica.....	42
3.1.2 Política.....	42
3.2 Características Edafoclimáticas.....	43
3.2.1 Temperatura.....	43
3.2.2 Precipitación.....	43
3.2.3 Altitud.....	44
3.2.4 Macro y micro localización.....	44
3.3 Materiales.....	47
3.3.1 Campo.....	47
3.3.1 Oficina.....	47
3.4 Método.....	47
3.4.1 Exploratoria:.....	47
A continuación se presenta la información general de los establecimientos de hospedaje de las hosterías de la Parroquia Vilcabamba, presentada en seis fichas.....	49

3.4.2 Descriptiva	55
3.4.3. Correlacional.....	55
3.4.4 Explicativa.....	55
2.3 3.5 Técnicas	56
3.5.1 Encuesta	56
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	58
4.1 Resultados	58
4.2 Resultados para los Objetivos	72
4.3 PROPUESTA.....	74
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	111
5.1 CONCLUSIONES	111
5.2 RECOMENDACIONES.....	113
VI. REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA.....	114
IV. ANEXOS	116

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Visitas a Vilcabamba	58
Cuadro 2. Frecuencia de visitas a Vilcabamba	59
Cuadro 3. Conocimiento de Hosterías en Vilcabamba	60
Cuadro 4. Conocimiento de Hosterías en Vilcabamba	61
Cuadro 5. Calificación a la atención y servicios que prestan las hosterías.....	62
Cuadro 6. Servicios.....	63
Cuadro 7. Aspectos importantes al emplear servicios turísticos	64
Cuadro 8. Información adecuada de servicios turísticos	65
Cuadro 9. Medio de transporte más usual que ofrece la localidad	66
Cuadro 10. Mejoramiento de servicios públicos	67
Cuadro 11. Necesidad de mejorar el servicio en las hosterías.....	68
Cuadro 12. Consideración acerca de los precios vigentes	69
Cuadro 13. Necesidad de capacitar a los prestadores de servicios turísticos.....	71

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Visitas a Vilcabamba	58
Gráfico 2. Frecuencia de visitas a Vilcabamba	59
Gráfico 3. Conocimiento de Hosterías en Vilcabamba	60
Gráfico 4. Conocimiento de Hosterías en Vilcabamba	61
Gráfico 5. Calificación a la atención y servicios que prestan las hosterías.....	62
Gráfico 6. Servicios.....	63
Gráfico 7. Aspectos importantes al emplear servicios turísticos	65
Gráfico 8. Información adecuada de servicios turísticos	66
Gráfico 9. Medio de transporte más usual que ofrece la localidad	67
Gráfico 10. Mejoramiento de servicios públicos.....	68
Gráfico 11. Necesidad de mejorar el servicio en las hosterías.....	69
Gráfico 12. Consideración acerca de los precios vigentes	70
Gráfico 13. Necesidad de capacitar a los prestadores de servicios turísticos.....	71

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Turistas en la parroquia de Vilcabamba	38
Ilustración 2. Temperatura media anual periodo 2001-2010.....	43
Ilustración 3. Precipitación media anual periodo 2001-2010	44
Ilustración 4. Continente Americano.....	45
Ilustración 5. Territorio Ecuatoriano	45
Ilustración 6. Vilcabamba.....	46
Ilustración 7. Croquis Vilcabamba	46
Ilustración 8. Slogan	80
Ilustración 9. Propuesta invitación talleres	82
Ilustración 10. Turismo.....	85
Ilustración 11. Clasificación del turismo	89
Ilustración 12. Buena atención al cliente	93
Ilustración 13. Resultados.....	95
Ilustración 14. Manejo de queja y reclamo.....	98
Ilustración 15. Manejo ambiental	102
Ilustración 16. Ruido	104
Ilustración 17. Residuos Sanitarios	105
Ilustración 18. Manejo de Residuos	106
Ilustración 19. Primeros Auxilios: Convulsiones	106

Índice de Tablas

Tabla 1. Presupuesto Referencial.....	84
Tabla 2. Taller No. 1	86
Tabla 3. Taller No. 2 . Parámetros idóneos para brindar una Atención de Calidad Integral .	94
Tabla 4. Taller No. 3 - Manejo Turístico Ambiental	103

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuestas	116
Anexo 2. Anteproyecto	119

TEMA:

“Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba”

1. Introducción

La prestigiosa Universidad Internacional del Ecuador, ha propuesto el desarrollo de la tesis denominada “Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba”. En virtud de que el cantón Loja, se ha convertido en un destino turístico donde convergen propios y extraños; nacionales y extranjeros, debido a su relieve montañoso, paisajismo, biodiversidad natural, gastronomía, estabilidad climatológica, etc.

Loja es una ciudad de antiguas raíces Judío-Sefarditas, que en tiempos de colonización ha servido de estancia para quienes decidieron explotar esta región del sur del país, antes denominada Yaguarzongo. Loja es una provincia de Ecuador, lugar de historias y cultura, cuya cabecera cantonal lleva el mismo nombre, dividida en parroquias urbanas y rurales en donde cada una cuenta con una historia que las caracteriza, así como su acervo cultural y hábitos comunitarios.

El estudio del presente proyecto se realiza a la parroquia Vilcabamba, lugar que empezó a tener protagonismo en los años sesenta, llamando la atención de algunos científicos del mundo, debido principalmente a que en aquel lugar existían un gran número de longevos, en su mayor parte agricultores que convivían entre los coloridos paisajes de aquel lugar, pues a la presente fecha es un lugar muy concurrido, por personas de los cuatro puntos cardinales del planeta, en su búsqueda por encontrar el Santol Grial de la vida eterna y la longevidad tan anhelada por el hombre.

Vilcabamba es un punto importante para el turismo, donde convergen visitantes de todas las latitudes del mundo, es por ello que en la actualidad se ha propuesto desarrollar el estudio de la atención que se le brinda al visitante en las diferentes hosterías ubicadas en esta parroquia, por consiguiente, siempre es necesario desarrollar y poner en práctica mecanismos y principios que ayuden a mejorar el potencial turístico.

Es necesario entender que en este mundo globalizado y de creciente desarrollo económico, el turismo constituye una de las principales fuentes de ingreso económico, puesto que existe entrada de activos al lugar o ciudad donde el visitante decide pasar su estadía. Es importante

destacar, que tanto la atención al cliente como los productos o servicios que se ofrezcan, deben ser y siempre mantener la mejor calidad del mercado mundial, puesto que en la región existen un sinnúmero de atractivos naturales y culturales, entre los cuales se pretende que la Parroquia de Vilcabamba y el Ecuador se conviertan en potencia turística.

Esto se lo puede conseguir únicamente mediante la aplicación de buenas estrategias de marketing y buenas prácticas de servicios de calidad turística que aseguren al visitante una plácida estadía, y sobre todo llevar a todas las latitudes del mundo el buen nombre del patrimonio cultural y natural que posee Vilcabamba.

Justificación

Vilcabamba es el principal atractivo para turismo de salud, se encuentra a 41 Km de Loja, es conocida en el mundo como el VALLE DE LA LONGEVIDAD porque en este lugar encontramos personas que sobrepasan los 100 años, muchos científicos a nivel mundial han realizado investigaciones sobre su clima, su agua y otros elementos para determinar las razones por las cuales las personas sobreviven tantos años. Es así que Vilcabamba adquirió fama y en la actualidad se encuentra llena de turistas de todo el mundo, los cuales vienen a pasar un gran periodo de estadía y esto ha creado fuentes de trabajo para el sector turístico es así que muchas personas no capacitadas ni profesionales en el ámbito turístico han creado establecimientos turísticos sin tener conocimientos en esta área, por tal motivo ha crecido la demanda de turistas nacionales como extranjeros, por eso creemos conveniente realizar un Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la Parroquia Vilcabamba, para determinar la estrategia más adecuada con el fin de mejorar la calidad de atención al turista.

En la actualidad el turista es cada vez más exigente y valora mucho los lugares en el que recibe una buena atención, ya que es la primera imagen que todo turista ve al llegar a su destino turístico, no olvidemos que cuando un cliente compra, no sólo compra productos y servicios, compra deseos y experiencias. Es por eso que se necesita del análisis de atención y el buen manejo del potencial turístico enfocado a la calidad de atención que se debe prestar.

Como resultado se cree que en el presente trabajo investigativo, es necesario ampliar el concepto de lo que representa el mercado turístico que ofrece la parroquia Vilcabamba, pues esta introspección no se debe limitar únicamente a la investigación de campo, sino que fue necesario la extracción de información bibliográfica, en cuanto a desarrollo de mercado y los paradigmas que se enmarcan dentro del servicio de hospedaje y actividades que ofrece el llamado Valle de la Longevidad, además fue necesario establecer argumentaciones de las políticas de concientización a la que estamos obligados todos los habitantes de la región a cumplir con rigor, con el fin de preservar las maravillas que nos ofrece ésta tierra.

Debido a la gran variedad de posibilidades que ofrece la parroquia Vilcabamba, se ha centrado básicamente al estudio de seis hosterías las mismas se encuentran registradas en el catastro del Ministerio de Turismo del Ecuador las cuales son:

- ✓ Izhcayluma
- ✓ El Descanso del Toro
- ✓ Paraíso
- ✓ Vilcabamba
- ✓ Ruinas de Quinara
- ✓ El Descanso de Ramsés

Por tal motivo se resuelve presentar una propuesta de trabajo con la realización de tres talleres de capacitación para los prestadores de servicios turísticos.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo General

- Analizar el nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba

1.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la realidad actual de las hosterías de parroquia de Vilcabamba.
- Determinar el nivel de atención al cliente en cada una de las hosterías de la parroquia Vilcabamba.
- Desarrollar una propuesta integral, como estrategia para llevar a cabo el proceso de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba.

II. MARCO TEORICO

2.1 Marco referencial

2.1.1 Reseña histórica de la parroquia Vilcabamba

(Toledo, 2009) Afirma que:

Vilcabamba o como los incas lo llamaban Huilcopamba, es un término que se origina de la palabra: HUILCU que significa el árbol que da madera, resistente a la naturaleza y con propiedades medicinales. Mientras que PAMBA significa llanura, denominado pampa, o valle, HUILCOPAMBA quiere decir Llanura o Valle de Huilcos, con la influencia de la colonización de España Huilcopamba se castellanizó por la palabra VILCABAMBA. (pág.5)

La fecha de parroquialización de Vilcabamba se realizó un día 29 de mayo de 1861 a través de Ley de División Territorial de la Convención Nacional del Ecuador. Este pueblo se ha mantenido en la clandestinidad hasta el año 1973, pues tuvo que ser implementada la vía que conecta con las demás ciudades para que se sepa de este rincón del mundo.

Es importante recalcar que un importante número de sus longevos oscilan los 100 años de edad, debido al modo de vida que llevan y sus costumbres, al alimento que se ingiere, a los ríos, al clima. A partir de comienzo de siglo, la Parroquia ha sido materia de estudio, los que han venido de diferentes latitudes, con el fin de examinar sus propiedades naturales y geográficas, ya que es el pueblo con más longevidad en lo que va de occidente. La Parroquia se encuentra entre los tres poblados con mayor número de longevos en el planeta, conjuntamente con Cáucaso ubicado en Rusia; y Hunza ubicado en el país de Pakistán.

Como se ha podido determinar en diferentes estudios científicos, la parroquia de Vilcabamba se encuentra privilegiada de una cantidad considerable de personas de avanzada edad y buena salud, hace falta visitar tal lugar para darse cuenta de los ancianos que reposan en el parterre de sus casas esperando un atardecer que les recuerda la vida del campo y de cuando el único transporte que usaban era el caballo o el burro; pues ahora Vilcabamba es

punto de turismo importante para el Ecuador, en virtud de que es visitado por personas de distintas latitudes del mundo, y en muchas cosas, los extranjeros hacen de ese lugar y hogar para mantener sus negocios y productos curiosos, que han hecho del Valle una centro de intercambio cultural, siendo su parque asediado por artistas y turistas que disfrutan de los paisajes y tranquilidad que sólo ese pequeño rincón del planeta puede ofrecer.

2.1.2 La longevidad, como mayor atracción de turismo en Vilcabamba

Si se deja de lado el aspecto económico y calidad de servicio en las hosterías de Vilcabamba para enfocarse a lo que hizo famoso a este lugar, se deduce que la longevidad es una de las principales cartas de presentación de aquel lugar, en una amplia descripción (Madera, 2007) manifiesta lo siguiente:

La búsqueda de fórmulas para frenar el paso del tiempo o resistir mejor sus envites ha quitado el sueño a científicos, filósofos u otros mortales y podría concluir en un "valle sagrado" ecuatoriano, Vilcabamba, donde mito y realidad cuecen el secreto de la longevidad. Ancianos de más de noventa años caminan tranquilos por las amplias y adoquinadas calles del centro de Vilcabamba, localidad situada cerca de la ciudad de Loja, al sur del país, entre verdes cerros con temperaturas primaverales de 18 a 28 grados.

A Vilcabamba, a 1.500 metros sobre el nivel del mar, le llegó la fama cuando unos científicos comenzaron a estudiar los factores de la larga vida de sus habitantes, pues algunos cumplieron un siglo sin haber pasado por el quirófano. Desde entonces, diversas teorías hablan de las bondades del clima primaveral, la pureza del agua, la limpieza del aire, el ejercicio físico (muchos son agricultores) y su dieta sana sin productos químicos. Pero esos son "puros cuentos" para Manuel Jadán, quien dice vivir "porque Dios quiere", y a sus 90 años y aquejado de un dolor de cadera se lamenta de su vejez y desempleo y de la falta de solidaridad. (Madera, 2007)

Éste es un Valle representativo de la ciudad de Loja y el Ecuador en General, pues era considerado por los nativos como un valle sagrado, debido a su ubicación privilegiada, el paisajismo y las bondades que ofrece la naturaleza en el "clima perfecto" y poco variable que ofrece la tierra de la longevidad.

Sus años de agricultor curtieron y broncearon su piel, sus manos denotan intenso trabajo, pero su rostro no presenta más arrugas que las que muestran los habitantes de asfálticas ciudades. Jadán se quita la gorra que cubre sus canas cuando habla del ex presidente liberal Eloy Alfaro. Manuel y su mujer Rosario, de 88 años, rememoran la sencillez y tranquilidad de sus vidas, factores que, para Julio Moreno, director del hospital público, son básicos en la vida de los longevos. Para Moreno, una dieta con productos naturales y el mineral en el agua han mantenido lejos a los ancianos de su consultorio, en el que apenas ha atendido a algunos por problemas reumáticos y respiratorios. En contraste, indicó, se han registrado problemas por consumo de alcohol y drogas, así como embarazos de adolescentes por influencia de "costumbres extranjeras" y por la emigración. (Madera, 2007)

No cabe duda que la vida es invaluable, y el hombre desde tiempos inmemorables ha intentado encontrar el elixir de la vida eterna, en todas las culturas del mundo se cuenta relatos e historias sobre la vida eterna, denotando la sed insaciable que tiene el ser humano por alcanzar a vivir muchos años de vida. Pues Vilcabamba es la prueba viviente del ansia que posee el ser humano por alcanzar una vida prolongada, debido al afluente turístico que existe en la zona; la longevidad es la razón más valiosa de aquel lugar, es la razón por la que muchas familias prosperan con sus comercios y negocios a lo largo del valle.

Es necesario que los ciudadanos aporten al desarrollo de estos parajes turísticos, ayudando a preservar el entorno natural de la zona, ya sea en forma directa o indirecta, como turistas y como habitantes es necesario tener conciencia del valor que tiene este potencial turístico llamado Vilcabamba; los lugareños están en la obligación de adaptarse a políticas de saneamiento y tratamiento de las aguas residuales y preservación de los afluentes que de paso es necesario aclarar, son muy frecuentados por turistas. También resulta de fundamental importancia que las autoridades implementen políticas de desarrollo y capacitación para todos emprenden sus comercios en el lugar, y cumplan los parámetros de calidad y hospitalidad a las que tiene derecho el turista.

El Valle es frecuentado en su mayor parte por visitantes de la cabecera cantonal llamada Loja, pues así como ese lugar mágico nos ofrece de sus bondades, de la misma manera debemos ser recíprocos y tener conciencia de la contaminación que se produce por el desperdicio de

basura, o ya sea el caso por el exceso de ruido producido por los vehículos que patrullan el lugar en busca de un clima y ambientes diferentes al de Loja, ya que muchas veces es frecuente observar botellas de licor o desperdicios en la periferia de los ríos. Se debe ser parte fundamental del bienestar de los ancianos que habitan el lugar, y mantener un compromiso de ética y respeto por Vilcabamba, lugar al cual muchas personas consideran como sagrado.

2.1.3 Ambientalismo, y desarrollo sustentable

(Leff, 1994) Menciona que:

La cuestión ambiental se ha ido configurando como una problemática social generalizada. Los ajustes económicos y la reconversión ideológica hacia un neoliberalismo hegemónico, se producen en un mundo permeado por múltiples procesos de inequidad social y degradación ambiental en el que adolecen las desgarrantes desigualdades del norte y el sur, entre poderosos y desposeídos. El ambientalismo se inscribe en un nuevo discurso de la globalidad, la interdependencia y la complejidad, resinificando viejas luchas sociales y abriendo vías de desarrollo inéditas para la humanidad, entre los poderes dominantes y los derechos fundamentales de las mayorías. Ahí el movimiento ambiental va definiendo sus estrategias, para pasar de la contestación ante la represión y la protesta ante la destrucción, a la construcción de un nuevo orden ético, económico y político. (pág. 368)

“El ambientalismo es parte importante del desarrollo de este trabajo, puesto que todos estamos inmersos en un mundo globalizado, el mismo mundo que nos vende desarrollo tecnológico, encaminado casi en su totalidad hacia las novedades que nos ofrece la ciencia y con esto el desarrollo urbano de los pueblos; pero poco se habla en este sentido de la importancia que tiene la naturaleza y la contaminación que asedia al planeta.”

(Leff, 1994) Establece que:

Los principios de la soberanía nacional vienen cediendo ante el discurso de la globalidad; las luchas de emancipación de los pueblos y su solidaridad colectiva, tienden a colapsarse ante los embates del consumismo material, de la desesperación y de la miseria. El movimiento ambiental replantea las luchas de liberación y contra la explotación, en la perspectiva de

nuestros derechos étnicos y humanos asociados con los principios de un desarrollo sustentable, igualitario y perdurable. (pág. 368)

En el caso de las hosterías a las que se hace mención en la presente investigación viven y dependen en su totalidad de la naturaleza, su carta de presentación son los paisajes y biodiversidad que ofrece el lugar, se pueden observar montañas, llenas de coloridos y figuras, y en los alrededores de cada una de las hosterías mencionadas se puede observar biodiversidad, insectos y fauna natural que dependen para su supervivencia en su totalidad de la estabilidad de sus biotopos naturales, ya sea en el caso de vegetación como insectos que habitan el lugar.

(Leff, 1994) Sugiere que:

La planificación de políticas ambientales para un desarrollo sustentable, basado en el manejo integrado de los recursos naturales tecnológicos y culturales de una sociedad, conduce a la necesidad de comprender las interrelaciones que se establecen entre procesos históricos, económicos, ecológicos y culturales en el desarrollo de las fuerzas productivas de la sociedad. Esto obliga a pensar en las relaciones de interdependencia y multicasualidad, entre los procesos sociales y ecológicos que condicionan el potencial productivo de los recursos de una formación social, sus niveles de productividad, así como las condiciones de preservación y regeneración de los recursos naturales. El potencial ambiental de una región no está determinado tan sólo por su estructura eco sistémica, sino por los procesos productivos que en ella desarrollan diferentes formaciones socioeconómicas. Las prácticas de usos de los recursos dependen de los sistemas de valores de las comunidades, de la significación cultural de sus recursos, de la lógica social y ecológica de sus prácticas productivas; también de su capacidad para asimilar a éstas conocimientos científicos y técnicos modernos, así el vínculo sociedad-naturaleza debe entenderse como una relación dinámica la cual depende de la articulación histórica de los procesos tecnológicos y culturales que especifican las relaciones sociales de producción de una formación socioeconómica, así como la forma particular de desarrollo integrado o de degradación destructiva de sus fuerzas productivas.

Sería catastrófico el desequilibrio natural y desaparición de especies o caudales afluentes por el exceso de contaminación y falta de políticas que regeneren los recursos naturales que ofrece Vilcabamba. Como pueblo en desarrollo y constante crecimiento debe mantener un

delicado concepto de conservación del medio ambiente, sobre todo por los lugareños y las personas que han establecido sus negocios, ya sean hosterías, heladerías, tiendas, restaurantes, bares... Deben establecer conciencia del manejo de materiales residuales y basura que pueda obstaculizar a futuro fuentes de ingreso económico, para aquellos que decidieron invertir capital en esta región del país.

(Leff, 1994) Establece que:

La caracterización de la relación sociedad-naturaleza, referida a la problemática de la gestión ambiental del desarrollo obliga a pensar en las condiciones de articulación de los procesos materiales que definen una racionalidad ambiental del proceso de desarrollo y una estrategia de manejo integrado de los recursos, y consecuentemente de las ciencias que las explican, que dan cuenta de sus especificidades y de sus internaciones. En la concepción de un socioecosistema productivo convergen diversos procesos, generando un conjunto de relaciones complejas.

Surge así la necesidad de producir y articular teorías y conceptos sobre nuevos objetos teórico-prácticos de conocimiento en los que contribuyen procesos de diferentes órdenes de materialidad con diferentes formas y niveles de articulación y que no pueden ser explicados por estado actual de conocimiento de la ciencia. Tal es el caso de las doctrinas económicas que han excluido las contribuciones de la iconología y de la cultura a la producción. La reconceptualización de la producción implica la reconstrucción del objeto de la economía política para analizar la producción y distribución de riqueza como un proceso constituido sobre bases de productividad, equilibrio y sustentabilidad ecológica.

Por el avance de este estudio se ha podido determinar que en tal parroquia existe un fuerte capital de inversión por quienes brindan el servicio de hospedaje, existen alternativas variadas de hospedaje en Vilcabamba, y existe un sinnúmero de personas que se ven atraídos por sus precios, que a nivel de mercado se podrían considerar asequibles, pero no por eso es que debemos desacreditar el valor que tiene aquel lugar; es casi inverosímil que personas de otros países aprecien más los propios oriundos las maravillas de aquel ecosistema, tal como el del caso que se suscitó frente a la contaminación del río Vilcabamba debido a la obra de ampliación de la carretera Vilcabamba-Quinara, llevada a efecto por del Gobierno Provincial

de Loja, pues resulta inquietante el caso de dos ciudadanos “extranjeros” que decidieron demandar la violación de los derechos de la naturaleza establecidos en nuestra Constitución emitida en el año 2008, quien mediante Ley Suprema otorgó derechos a la naturaleza, siendo éste el primer caso en que la vía judicial de nuestro país protege los derechos de la madre naturaleza.

2.1.4 El patrimonio natural y cultural de Vilcabamba

El patrimonio es un legado que se transmite a través de las generaciones, es un legado inherente en este sentido a los pueblos que heredan de sus antepasados su cultura y riqueza natural, siendo en este sentido adoptado por las nuevas generaciones. El patrimonio natural y cultural de los pueblos es la base del desarrollo del turismo que sostiene una región, ya se trate de atractivos específicos lagunas, cascadas, cuevas, etc. o un ecosistema selva, bosque, desierto. Como el de las costumbres ancestrales que se manifiestan a través del arte característico de cada lugar; todas estas manifestaciones naturales y culturales hacen de un pueblo característico y único, pero Vilcabamba, al ser un sector rural del cantón Loja, aún es falto de políticas que promuevan la preservación de todos estos patrimonios mediante la aplicación de políticas de desarrollo por parte de las autoridades a cargo.

Como patrimonio natural destacan, lugares de singular belleza y características especiales tales como:

- Parque Nacional Podocarpus
- Reserva las palmas
- Cerro Mandango
- Sendero Ecológico Caxarumi
- Lagunas del compadre
- Riberas del Río Vilcabamba.

Entre los patrimonios culturales se encuentran:

- Parque central de Vilcabamba.
- Iglesia de Vilcabamba.
- Parque Recreacional Yamburara.

- Guayusa.
- Chamico.
- Manifestación de eventos artísticos (bailes ancestrales, folclor, indumentaria).
- Deportes: ciclismo, cabalgata, canopy, futbol.

Es necesario empezar a explotar los atractivos turísticos de esta localidad mediante estrategias de marketing, pues es la propaganda es fundamental y parte vital de un capital activo, y sobre todo conveniente para quienes emprenden económicamente en la región, puesto que hay mucho aún por ofrecer al visitante nacional o internacional. Y por su parte las autoridades están en la obligación de capacitar e implementar sistemas de fomento para la región y sus habitantes.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Cultura.

Cultura es la forma en la que se constituye un determinado grupo de personas, ya sea a nivel nacional o regional, la cultura comprende un sinnúmero de paradigmas que hacen característico a un pueblo, en algunos casos la cultura o la falta de ella hace que un pueblo sea digno de ser categorizado como bueno o malo, es decir en el caso al que concierne mi tesis, hago énfasis principalmente a la palabra cultura, debido a que conjuntamente todos somos responsables de que nuestro pueblo se desarrolle, y no sólo en el ámbito económico sino, en todos los aspectos de la vida posible. Esto con el fin de crear hábitos culturales como la honradez, limpieza, cordialidad, justicia, etc. Con el fin de hacer de nuestro entorno un lugar apto para vivir, ya sea para propios y turistas que visitan nuestra ciudad.

Para citar un concepto más amplio y general según lo determina (Real Academia Española, 2014) define a la palabra cultura como el “Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (pág.90).

La cultura de cada pueblo, o de cada nación hacen de aquel lugar único, en el sentido de diversidad cultural, cada pueblo se diferencia de otro debido a sus rasgos culturales que lo identifican como tal; para el caso es necesario aclarar que el visitante o turista busca conocer otras culturas, otras costumbres, busca sentirse acogido en un lugar que no es su casa, en una cultura que no es la suya, y aprender de cada viaje una nueva experiencia.

2.2.2 Sociedad y cultura.

Aunque están íntimamente relacionadas, es necesario distinguir entre las categorías de antecedentes e influencias sociales y culturales. Las diferencias son reales e importantes. Lo social es un problema de los organismos y sus posiciones especiales o jerárquicas respecto a otros. Lo cultural es un problema de patrones, algunos de los cuales afectan mucho la distribución de los individuos en el espacio ecológico y en el sistema social, Una sociedad es una agrupación de individuos con posiciones. Sus estaciones y movimientos por el firmamento social están grandemente influidas por un gran diseño, un plan, con normas y expectativas asociadas a él, que es la cultura asociada.

El animal humano es una criatura gregaria. Muy rara vez vive solo y si lo hace es muy raro que le guste. Las poblaciones humanas se agrupan y a los grupos más grandes, más estables y más autosuficientes, les llamamos sociedades. Cada una de estas sociedades puede ser descrita en términos de su tamaño, de su localización, de los ajustes del hombre a la tierra, de las redes y frecuencias de las interacciones entre los miembros, y de otros atributos semejantes. Cada sociedad puede ser descrita también en términos de las formas de vida peculiares aprendidas, compartidas y transmitidas por sus miembros. Es decir, puede ser descrita en términos de su cultura. Se encontrará que los miembros de cualquier sociedad dada practican una forma peculiar de vida, que son portadores de una cultura. (Goodman, 1972, pág. 81)

Es necesario aclarar que como sociedad falta fortalecer algunos aspectos importantes para dar seguridad a nuestros habitantes y sobre todo a aquel que se dispone a visitar la región, la delincuencia es la principal causa para que un lugar no sea visitado, en segundo lugar está la falta de hospitalidad y mala fama que ha adquirido dicho lugar, a través del tiempo, recordemos el ejemplo del taxista que cobra su tarifa a un turista extranjero por el hecho de no pertenecer aquí, y pensar erróneamente que tiene el derecho de hacerlo; por citar otro ejemplo, existe el

ciudadano que arroja basura en las calles, que es aquel individuo que directamente afecta a toda la ciudadanía, sobre todo quienes viven del turismo. La sociedad es una cadena, un vínculo que nos une a todos conjuntamente, el mal obrar de unos afecta directamente a otros.

Es por eso que la sociedad debe ser consciente que la educación y buenas costumbres hacen de un pueblo un lugar digno de visitar, pues como miembros de una sociedad tenemos la obligación de hacer

2.2.3 Auditoria

Como se ha manifestado anteriormente, el turismo es una de las principales fuentes de ingreso que posee el país, es deber de las distintas entidades públicas, establecer mecanismos tanto de control, como de capacitación a los distintos destinos turísticos que ofrece el valle de Vilcabamba, pues los servicios brindados deben cumplir con estándares de calidad internacional que garanticen competitividad mundial en este mercado siempre creciente.

Revisión sistemática de una actividad o de una situación para evaluar el cumplimiento de las reglas o criterios objetivos a que aquellas deben someterse. Revisión verificación de las cuentas y de la situación económica de una empresa o entidad. Empleo de auditor. Tribunal o despacho de auditor. Auditoría de una empresa llevada a cabo por sus empleados; auditoría pública es la realizada por un organismo público especializado, en América la contraloría (...). (Real Academia Española, 2014, pág. 240)

La auditoría desde un punto de vista técnico, no se limita a ser un procedimiento inquisitorial en donde se amonesta o sanciona a una persona, entidad, establecimiento público o privado; sino que enmarca un sentido más amplio, pero con respecto a lo que concierne al desarrollo de mi tesis, es necesario encaminarlo al sentido de que debería existir una evaluación de los distintos establecimientos que ofrecen al turista diferentes servicios, con el fin de determinar las falencias y reforzarlas mediante capacitaciones y métodos necesarios para afianzar y mejorar los servicios que ofrece el valle de Vilcabamba.

2.2.4 Buzón de sugerencias.

El buzón de sugerencias y quejas, es un instrumento usado por muchos establecimientos, con el fin de que los clientes hagan llegar las respectivas observaciones y reclamaciones que estimen convenientes sobre el funcionamiento del lugar, así como para la mejora de la calidad de los servicios y atención del mismo. Es necesario aclarar que el buzón de sugerencias no se limita exclusivamente a al cliente, en muchos lugares también el empleado hace uso de éste, con el fin de que el administrador del establecimiento obtenga sugerencias respecto a la forma de operatividad con la que se construye dicho local.

El buzón de sugerencias es una caja, puede ser de madera o metal, protegida bajo llave, y puesta a la vista de todo el público, con un agujero en la su parte superior para captar todas las sugerencias escritas por quien tenga una observación, queja o sugerencia con respecto al servicio que le ha sido brindado al cliente, para lo cual es necesario hacer una diferencia entre estos tres parámetros importantes.

El buzón de sugerencias es una caja, puede ser de madera o metal, protegida bajo llave, y puesta a la vista de todo el público, con un agujero en la su parte superior para captar todas las sugerencias escritas por quien tenga una observación, queja o sugerencia con respecto al servicio que le ha sido brindado al cliente, para lo cual es necesario hacer una diferencia entre estos tres parámetros importantes.

2.2.4.1 Sugerencia

La Real Academia Española (2014) señala lo siguiente:

“Es una propuesta u observación sobre un acontecimiento, acto o hecho con la finalidad de mejorarla, para ser tomada en cuenta y que, si procede, se incorporará al funcionamiento ordinario” (pág.1825).

2.2.4.2 Queja.

Según lo determina el diccionario de la Real Academia Española (2014): “Expresión de dolor, pena o sentimiento. Resentimiento, desazón. Acción de quejarse” (pág.1825). Es la

pronunciación de un reclamo, sobre un hecho motivado que generó descontento en este caso sobre un acto o hecho que al cliente causa disgusto por el hecho de no parecerle adecuada dicha situación.

2.2.4.3 Reclamo.

Es de carácter más formal a las anteriores, en contra de una situación que genera molestia en la clientela, y que a veces atenta contra su integridad. El reclamo está catalogado como un punto de pronunciamiento por parte del cliente más delicado, en virtud de que advierte al administrador la falta urgente de medias para mejor la situación que generó el reclamo en forma urgente (Real Academia Española, 2014, pág. 1825):

2.2.5 Creación de empleos.

El turismo es una de las principales fuentes de empleo que se generan en un estado, es por eso que considero necesario denotar este concepto muy importante que establece Wilcox, (1971):

En nuestro estudio sobre la lucha contra la pobreza nos hemos ocupado hasta ahora de programas y proposiciones que suministran a la gente pobre dinero o servicios que alivian las cargas que llevan a cuentas: tales son, las asistencias públicas, los suplementos para pago de renta, los ingresos garantizados y las pensiones infantiles; también los servicios de mejoramiento social y la vivienda pública. Todas esas medidas son necesarias, pero no son más que paliativos. No atacan directamente las causas de la pobreza; no previenen su aparición ni su frecuencia. El gobierno ha adoptado también medidas que combaten las causas y apuntan hacia la prevención, medidas concebidas, no sólo para sostener al desocupado, sino para aumentar el volumen de empleos; no sólo para extender la asistencia hasta los agricultores empobrecidos, sino para darles mayor movilidad y fomentar su productividad; no solo para conservar los servicios de asistencia en zonas de miseria, sino para dar a las mismas una base de superación. (PÁG.340)

Wilcox (1971) manifiesta lo siguiente:

Recientemente se ha propuesto que el gobierno garantice el empleo como una medida política permanente, a todo aquel que no pueda encontrarlo en otra parte; que sirva, en lenguaje ordinario, como empresario de última instancia. Cada una de estas formas de enfrentarse al problema ha tenido éxito en poner a la gente a trabajar. En un mercado laboral estrecho, los obstáculos que se oponían anteriormente al empleo tienden a desaparecer. Los empresarios tendrán que competir. Para conseguirlo, contratarán más jóvenes y más miembros de grupos minoritarios. Si a los trabajadores les falta adiestramiento, los empresarios se proporcionarán, los salarios subirán, las horas se prolongarán y las ganancias por concepto de tiempo extra aumentarán también. Más trabajadores engrosarán las filas laborales, y en cada familia habrá dos o más miembros trabajando, los ingresos familiares aumentarán, y al llegar a ser suficientes, resolverán muchos de los problemas relacionados con la pobreza. (p 339-340)

El turismo es una de las principales fuentes de ingreso para la población de Vilcabamba, ya sea en el servicio de hostería, hasta la venta de jugo de caña, paseos a caballo etc. Son muchas las familias de lugareños y extranjeros que emprenden en la zona, pues es necesario que se mantenga y si es necesario aumente el flujo de turistas que visitan Vilcabamba, y esto sólo se podrá lograr manteniéndose al margen del mercado mundial, pues mediante este trabajo se pretende encontrar posibles soluciones para mejorar el servicio y estadía de los lugares y comercios que se mantienen ahí.

2.2.6 Cliente

Para entender el significado de la palabra cliente, es necesario estudiar este término, desde un punto de vista general, analizando los conceptos siguientes, (Real Academia Española, 2014):

Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa. Persona que está bajo la protección o tutela de otra. Programa o dispositivo que solicita determinados servicios a un servidor del que depende. Modelo de comunicación entre computadoras conecta a una red, en el que una de ellas, llamada servidor satisface las peticiones de otra llamada cliente. (pág.90)

Se podría decir también que cliente es: “El que compra o utiliza mediante pago, los servicios de un profesional o de un establecimiento.” (Seco Reymundo , Andrés Puente, & Ramos Gonzáles, 2008, pág. 1076).

El cliente es el engranaje de la economía comercial del mercado, ya sea local o internacional, es la base de la economía de producción y de servicios. El buen servicio, la calidad y por lo general precios exequibles, y actividades de recreación son las principales cartas de presentación que tiene un establecimiento, pues las hosterías no son un caso apartado de estos parámetros de mayor interés para el cliente.

2.2.7 Competitividad

Cuando mencionamos este término en general, se hace referencia a la lucha o rivalidad entre dos o más sujetos por alcanzar de manera exclusiva una determinada meta. La ilustración más cotidiana podemos extraerla del mundo del deporte. En él, los atletas se batan en la pista para cruzar la línea de llegada antes que el resto de competidores, la situación es semejante, ellas también luchan entre sí, dentro de un mercado concreto, para obtener un resultado exclusivo. En esencia, éste es el de aumentar las ventas de sus productos y servicios en detrimento de sus empresas rivales para obtener de esta manera un mayor beneficio.

Esta pugna entre empresas produce beneficios importantes para la sociedad en su conjunto. De acuerdo con la teoría económica, la competencia entre las empresas hace que los precios de los productos y servicios sean lo más bajos posibles en el mercado y sirve, además, como estímulo constante para su innovación y mejora, así como medio para que los recursos de que dispone una sociedad sean asignados de manera eficiente. Por ello, se considera que ha de procurarse que la sociedad, en general, y los consumidores, en particular, no se vean privados de los beneficios que la competencia entre las empresas debiera proporcionar.

Uno de los medios que se ha establecido para este fin es el Derecho de la competencia. Se trata del conjunto de normas, principios y estándares que tienen como finalidad evitar que, bien los agentes privados, bien las autoridades públicas, incurran en comportamientos que pudieran falsear o distorsionar la disciplina que impone la competencia en el mercado. Volviendo al

símil del deporte, no sería posible pensar en una competición válida entre dos equipos cuando ambos han amañado el resultado del partido. El espectáculo que cabría esperar de la disputa, que es sin duda uno de los fines primarios de toda competición deportiva, habría sido falseado. (Signes de Mesa, Torres Fernandez , & Fuentes Naharro, 2013, pág. 29)

2.2.8 Ética

Desde un punto de vista etimológico según lo determina (Blázquez Carmona, Devesa del Prado, & Cano Galindo, 1999):

Según su procedencia griega, étos, o latina, moralis (de mos, costumbre, que, según santo Tomás, traduce los dos significados griegos de étos, se dice ética o moral, y se definen como la parte de la filosofía que trata de los actos morales, es decir, de los actos humanos considerados desde el punto de vista del bien. Ambos términos (ética o moral) pueden emplearse como sustantivos y, entonces se refieren a un tipo de saber –siempre práctico- que versa sobre lo bueno y lo malo, lo justo y lo injusto, etc.: y pueden tener un uso adjetivo, en cuyo caso expresan esa dimensión específica de las personas y sociedades o grupos a la que decimos moral. La distinción entre moral pensada y moral vivida (ética docens-ethica utens) precisa bien esta matización. La moral pensada –que, habitualmente, denominamos ética- sería la reflexión filosófica sobre lo moral. Qué es lo moral, cómo se fundamenta, cómo se aplica a la vida, ¿hay referencias éticas universalizables? Los sistemas éticos de la historia forman parte de esta moral pensada, ética o filosofía moral. (pág.190)

La ética una virtud intrínseca del hombre que afianza sus creencias en la justicia y la verdad. Se debería aplicar la ética a todos ámbitos de la vida, puesto que si contradecemos este deber social estaríamos haciendo de nuestra sociedad un lugar de desconfianza, engaño, auspiciado por quienes no hacen de la ética una práctica del diario vivir.

(Singer, 2000) Establece lo siguiente:

¿De dónde proviene la ética? En esta interrogación se unen dos cuestiones muy diferentes, una sobre un hecho histórico y la otra sobre la autoridad. La inquietud que han suscitado ambas cuestiones ha influido en la configuración de muchos mitos tradicionales acerca del origen del

universo. Estos mitos describen no sólo cómo comenzó la vida humana, sino también por qué es tan dura, tan penosa, tan confusa y cargada de conflictos. Los enfrentamientos y catástrofes primitivas que éstos narran tienen por objeto –quizás por objeto principal- explicar por qué los seres humanos han de someterse a normas que puedan frustrar su deseo. Ambas cuestiones siguen siendo apremiantes, y en los últimos siglos numerosos teóricos se ha esforzado por responderlas de forma más literal y sistemática.

Esta búsqueda no es sólo fruto de la curiosidad, ni sólo de la esperanza de demostrar que las normas son innecesarias, aunque estos dos motivos son a menudo muy fuertes. Quizás esta búsqueda deriva, ante todo, de conflictos en el seno de la propia ética o moralidad, en cualquier cultura, los deberes aceptados entran a veces en conflicto, y son precisos principios más profundos y generales para arbitrar entre ellos. Se busca así la razón de las diferentes normas implicadas, y se intenta sopesar recíprocamente estas razones. A menudo esta búsqueda obliga a buscar con carácter aún más amplio, un árbitro supremo, la razón de la moralidad sin más. (pág.29)

Es necesario que nuestra sociedad evolucione y se encamine a un horizonte de lúcida conducta, es decir que cada individuo debe ser servicial y útil para sociedad en la que se desenvuelve, pues cada uno de los miembros de esta sociedad es solidariamente responsable de que como Estado, ciudad o cantón crezcamos de todas las formas posibles, ya sea en desarrollo industrial, cultural, moral y de paz.

2.2.9 Crecimiento económico.

En una economía emergente como la ecuatoriana, los factores que influyen en la productividad, en el caso de que esta existiera, y que a su vez permiten el aumento de la productividad en las empresas del sector del. Es importante para el crecimiento económico la identificación de los factores que influyen en la productividad, permitirá proponer políticas privadas al interior de las empresas, que logren mejorar su productividad. (Bustamante, 1994)

Para ellos tiene que haber inversiones, lo que requiere crear condiciones de estabilidad económica y garantías para los inversionistas. El continuado aumento del producto o servicio es crucial, (necesario, no suficiente), aunque no siempre sus frutos se distribuyan

equitativamente; Primero se crean puestos de trabajo a los que acceden las personas y así obtener un ingreso y satisfacer autónomamente sus necesidades y las de su familia.

Segundo: Se recauda más a través de impuestos, lo que permite al Estado una mayor holgura para realizar programas prioritarios, incluyendo los de la naturaleza social.

Tercer: es más fácil redistribuir cuando hay crecimiento.

Pero no cualquier política económica que logra esos objetivos es una buena política económica. (pág.44)

El crecimiento económico desde un punto de vista clásico lo puedo catalogar como el incremento de capitales y sobre todo la productividad es considerada como un factor de producción más que permite aumentar las circunstancias productivas tradicionales como la tierra, trabajo y capital.

2.2.10 Región rural.

Por lo general en lo que concierne a las regiones rurales del país, es de fundamental importancia el acceso al transporte, a la sanidad, a la educación, al empleo etc. Estos son algunos de los factores que contribuyen a crear una situación de desigualdad en referencia con el medio urbano. No obstante, no podemos olvidar la existencia de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de la comunicación que hacen que las personas que viven en un entorno rural vivan en un grado de desventaja frente a las zonas urbanas.

Bustamante (1994) manifiesta:

La marginalidad de la población rural, en especial la más pobre experimenta en materia de acceso a caminos, agua potable y saneamiento, vivienda, electricidad, entre otros, fundamenta la necesidad de abordar esta línea de acción pública con mayor decisión. Entre los objetivos está el contribuir en un plazo razonable a que la población rural viva en un medio digno y de calidad. Son beneficiarios de estas acciones aquellos pobladores rurales localizados en las áreas de mayor déficit y deterioro en sus condiciones de habitualidad. (pág.116)

Siempre es necesario tener presente apoyar a través de programas sociales a los grupos vulnerables como adultos mayores, niños, mujeres y discapacitados; la agricultura en la parroquia es fuente de sustento, pues es necesario implementar capacitaciones para la producción de suelos y mantenimiento de los recursos naturales.

2.2.11 Turista

Fernández (1989) Define al turista como:

Todos aquellos que se desplazan fuera de su domicilio habitual común con intención de regresar. Turismo es, por un lado, conjunto de turistas, que cada vez son más numerosos; por otro, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viaje, transportes, espectáculos, guías, intérpretes, etc., que el núcleo debe de habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden y que no promovería si no las recibiese. Turismo son las organizaciones privadas o públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; las campañas de propaganda que hay que planear, ejecutar y difundir; la creación de oficinas de información; la creación de escuelas para la enseñanza del turismo; el estudio del turismo para deducir las líneas generales de la política a seguir; la promoción del turismo social". (pág. 24).

Ilustración 1. Turistas en la parroquia de Vilcabamba



Elaborado por: Bravo, J. 2017

El turista es aquella persona que decide viajar por determinado tiempo en cierto lugar ajeno a su domicilio, un turista, a diferencia de un viajero es aquel que se dispone a realizar actividades fuera de las acostumbradas a hacer en forma cotidiana en su ciudad, o nación; se dispone a conocer y observar los distintos atractivos que le ofrece la comunidad que visita.

Una de las más sobresalientes formas de promocionar al turismo, es el mismo turista que lleva el mensaje a su ciudad natal, principalmente de la atención que ha recibido en el lugar de su estadía, los paisajes, la gastronomía, y sobre todo la hospitalidad con la que fue atendido.

2.2.12 Hospitalidad

Es la cualidad que radica en dar un buen trato a nuestros conciudadanos. Es un término que se origina de la palabra latín hospitalitas, significa dar atención a la persona que requiere una cosa. Se la suele comparar con empatía pero son dos términos distintos, dos virtudes que se van perdiendo cada día más en nuestras convulsionadas sociedades. (Perez & Gardey, 2008)

Según lo determina (Korstanje, 2013):

La hospitalidad es el cimiento fundamental para el desarrollo de un mercado tan exigente como el de una hostería, pues la hospitalidad es la base fundamental de la satisfacción del cliente, sin hospitalidad cualquier negocio decrecería en su intento por aumentar la clientela, no hay que confundirla con tolerancia pues la hospitalidad tiende más a ponerse en el lugar de turista y entender sus necesidades e inquietudes.

Todo viaje no es determinante del turismo. Tampoco el turismo es una construcción moderna. Durante muchos años, diversas civilizaciones extintas han conducido prácticas muy parecidas al turismo moderno. La confusión radica en creer que el turismo actual sólo se define por sus propios términos, ignorando las etnografías llevadas a cabo en tribus no occidentales. En tanto que institución social, el turismo atraviesa gran parte de las culturas de este planeta, y sólo una ciencia podrá ser posible, si como investigadores podemos comparar todas estas formas diferentes de turismo. ¿Porque llamamos turismo cultural a un viaje a una reserva indígena?, o es que acaso, ¿los indígenas no viajan para distraerse o para ver a los familiares de su clan? Es aquí, donde los estudios de los mitos antiguos nos enseñan que el turismo ha

sido practicado desde antaño, seguramente con otro nombre. Pero sin rumbo fijo, sin metodología ni episteme, articular todas estas formas culturales del turismo en forma de una ciencia ordenada, es una tarea fútil.

El turismo es producto de la hospitalidad, no entendida ésta como un negocio hotelero, sino como un pacto inter-tribal de reciprocidad entre las tribus y clanes. Sin hospitalidad, no solo el viaje es imposible, sino que el turismo queda vedado. Por ese motivo, no es errado definir al turismo como, la ciencia de la hospitalidad.

2.2.13 Oferta turística

La oferta turística se refiere a los bienes o servicios que puedan ser para el consumo de los turistas y de esta manera satisfacer sus expectativas. Es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los comerciantes están dispuestos a ofrecer a los precios que se ajusten al mercado.

En la parroquia Vilcabamba las ofertas turísticas no sólo deberían limitarse al ámbito de los precios de comida, y hospedaje, este rango cada vez es más amplio y engloba un mercado cada vez más exigente, puesto que una oferta turística puede entenderse también al hecho de ofrecerle al cliente facilidades para viajar, ya sea a través de una aerolínea como de un bus interprovincial, en donde se ofrezcan paquetes de viajes a esta parroquia tan conocida.

Al analizar con profundidad la oferta turística a la que se encuentra inmiscuida la Parroquia, se puede observar variaciones entre los establecimientos de hospedaje. La mayoría cuenta con paisajes naturales con ríos, parajes forestales, alguna cascada y paisajes contruidos mediante la actividad agropecuaria. Las variaciones que existen en las ofertas turísticas más bien corresponden a la disposición de estos elementos y la superficie que cubre cada uno de aquellos lugares que en cierto grado le da su particularidad a cada uno.

2.2.14 Atractivo turístico.

Etimológicamente hablando este término proviene del latín *attractivus* significativamente se representa como algo que viene hacia ti. Es una acción que radica en viajar el propósito de

descansar. Un atractivo turístico es la novedad llamativa que tiene cada lugar de destino para el ocio, lugares peculiares que no existen en el lugar donde radica el turista. (Pérez, 2016)

Se debería implementar paquetes turísticos en un rango más amplio, muy aparte de los atractivos naturales que ya poseemos, pues en el infinito mercado de turismo es necesario recordar que el turista no solamente busca un momento de relajación en medio de la naturaleza, sino que también busca aventura, fotografías e historias para llevar a su propia tierra. Es de fundamental importancia ampliar el rango de alternativas de turismo, ya sea por el gobierno seccional, como por los diferentes establecimientos de hospedaje turístico, hoteles y hosterías del lugar; en la mayor parte de los casos el turista busca una conexión con el medio que lo rodea, pues que mejor manera de promocionar o adecuar lugares de acampamento, excursiones, deportes variados, actividades culturales y artísticas que denoten el potencial que tiene el cantón Loja.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es la plataforma sostenible de toda ciencia, en virtud de que establece conocimiento y cuestiona la existencia de lo que ya ha sido descubierto, se consolida con la verdad, siempre en constante evolución, debido a esta particular característica es importante describir aquellos materiales y métodos que servirán para llevar a cabo la ejecución de la investigación.

3.1 Ubicación

3.1.1 Geográfica

El Valle de Vilcabamba se encuentra al sur oriente del cantón Loja a una distancia de 40 km, su posición geográfica es 4°, 15min, 39seg de latitud Sur, y 79°, 13min, 21 seg. de longitud Oeste y tiene una altura de 1500 m.s.n.m. (GAD de la Parroquia Vilcabamba, 2011)

3.1.2 Política

El cantón Loja se encuentra en una de las 23 provincial del Ecuador, ubicado al suroeste de del continente Sudamericano, Loja, el Cantón Loja cuenta con 6 parroquias urbanas, y 13 parroquias rurales entre las cuales se encuentran:

Parroquias urbanas de la provincia de Loja:

- El Sagrario, San Sebastián, Sucre, Punzara, Carigán y El Valle

Parroquias rurales del cantón Loja:

- Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualel, Jimbilla, Malacatos, Quinara, San Lucas, San Pedro de Vilcabamba, Santiago, Taquil, Vilcabamba y Yangana.

3.2 Características Edafoclimáticas

3.2.1 Temperatura.

La temperatura varía entre los 18 y los 22 grados, sin cambios bruscos de temperatura, y según el criterio de científicos, son temperaturas óptimas para un buen funcionamiento del corazón.

Ilustración 2. Temperatura media anual periodo 2001-2010



Fuente: PDOT - Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Vilcabamba

Elaboración: Bravo, J. 2017.

3.2.2 Precipitación

La parroquia Vilcabamba tiene una humedad relativa ambiental de 77%, y una precipitación anual de 827 mm por año. La Parroquia se mantiene con 2 temporadas climáticas casi constantes: La temporada de invierno que se establece desde el mes de diciembre al mes de mayo. Y a temporada de verano que se da en los meses de Julio, al mes de noviembre. Según los científicos lo han determinado como un clima excelente, no se producen cambios bruscos de temperatura por lo que constituye un factor determinante para el funcionamiento del corazón, según creen algunas personas.

Ilustración 3. Precipitación media anual periodo 2001-2010



Fuente: PDOT - Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Vilcabamba

Elaboración: Bravo, J. 2017

3.2.3 Altitud.

La parroquia Vilcabamba se encuentra a 1700 metros sobre el nivel del mar. Es importante incluir también a su cerro más sobresaliente denominado Mandango, mismo que cuenta con una altura de mil 200 metros y es una elevación considerada sagrada por los habitantes de esta parroquia lojana. Y según cuentan los ancianos y sus leyendas, es porque el indio del Mandango sería una de las cuatro caras que marcaría la posición del tesoro escondido de Atahualpa. Según la leyenda el inca al saberse en peligro de muerte por la amenaza que suponía la invasión española, escondió su tesoro incalculable en un lugar secreto.

3.2.4 Macro y micro localización.

- Localización de Ecuador en el Continente Americano

Ilustración 4. Continente Americano



Fuente: Mapas del Continente Americano
Elaboración: Bravo, J.

- Localización de la Provincia de Loja en el Territorio Ecuatoriano.

Ilustración 5. Territorio Ecuatoriano



Fuente: Mapas de las Provincias de Loja.
Elaboración: Bravo, J.

- Localización de la Parroquia Vilcabamba en la Provincia de Loja

Ilustración 6. Vilcabamba



Fuente: PDOT - Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Vilcabamba
Elaboración: Bravo, J. 2017

- Croquis de la ubicación de la parroquia Vilcabamba

Ilustración 7. Croquis Vilcabamba



Fuente: Mapa Google, ubicación Loja-Ecuador-Vilcabamba
Elaboración: Bravo, J.

3.3 Materiales

3.3.1 Campo

- Cámara fotográfica
- Vehículo
- Gasolina
- Libreta
- Celular

3.3.1 Oficina

- Internet
- Libreta de anotaciones
- Impresora
- Papel A4
- Tinta
- Libros
- Computador
- Periódico
- Folletos
- Esferos

3.4 Método

3.4.1 Exploratoria:

Según lo puede establecer el portal web: (El Pensante, 2016):

Se puede manifestar que la investigación exploratoria es la base de un investigador porque es ahí desde donde parte, sobre un centro de estudio que sea aún inexplorado para el investigador,

o también para la materia o ciencia a la que se someta el respectivo estudio creciendo entonces en conocimientos que fijen cuestiones de estudios.

Algunos investigadores profesionales refieren la investigación exploratoria como la antesala de un propósito de estudio u objeto de estudio con la finalidad de poder obtener información general sobre una situación, comportamiento que caracteriza a cada estudio en su materia, pues este tipo de exploración es relacionada también con un estudio de tipo aproximativo.

El método exploratorio fue aplicado para realizar un estudio de campo, en cuanto se refiere a la recolección de información fotográfica bibliográfica que pudiese ser útil para el desarrollo de la presente investigación. En cuanto al análisis de las hosterías que se encuentran registradas en el catastro de registro, en el Ministerio de Turismo las cuales son:

- ✓ Izhcayluma
- ✓ El descanso del Toro
- ✓ Paraíso
- ✓ Las Lagunas
- ✓ Ruinas de Quinara
- ✓ El descanso de Ramses

Características de la investigación Exploratoria

La página web y revista virtual (El Pensante, 2016) determina lo siguiente:

Los expertos en aplicación de metodologías, han distinguido que en virtud de que son de consideradas como investigaciones aproximativas, y a veces subjetivas, pueden en algunas ocasiones ser extensibles, en contraposición de la precisión, integridad y severidad que pueden llegar a caracterizar a otras categorías de la investigación como aquellas como el método histórico, por ejemplo. Los investigadores conceptualizan este tipo de método a una investigación superficial, en virtud de que sólo se limitan en su forma, comportamiento y tipologías que el fenómeno que es materia de estudio para quien se decide investigar. De igual manera el método exploratorio fue aplicado para constatar los parámetros del clima,

fluviabilidad de los causes, tipo de comercio y desplazamiento de visitantes dentro y fuera del casco urbano de la parroquia Vilcabamba-Loja.

A continuación se presenta la información general de los establecimientos de hospedaje de las hosterías de la Parroquia Vilcabamba, presentada en seis fichas.

Hostería Izhcayluma

 FICHA No. 1	
Hostería Izhcayluma  Bravo, J. (2017)	
Ubicación: Se sitúa a 35 km de la ciudad de Loja, al sur del Ecuador a 2 km al sur del Parque Central de la parroquia de Vilcabamba.	
Servicios: ➤ Dormitorios ➤ Piscina adultos-menores ➤ Zona de Bar ➤ Restaurante platos nacionales y extranjeros-panorámico ➤ lavandería ➤ Yoga, sesiones de Reiki ➤ Cabalgata ➤ Excursiones ➤ Fogatas ➤ Juegos de mesa	Elemento Diferenciador ➤ Vista panorámica del Valle y el pueblo de Vilcabamba ➤ Variedad en alternativas de platos a la carta, nacionales e internacionales. ➤ Cervezas artesanales. ➤ Servicio de Taxis.
Elaborado por: Bravo Izquierdo Juan Guillermo	Revisada por: Trelles Ordóñez, Daniela Alexandra. Mgs.



FICHA No. 2

Hostería Ruinas de Quinara



Bravo, J. (2017)

Ubicación: Vía a Yamburara alto, a 200m del puente de la Parroquia. La hostería Ruinas de Quinara es muy conocida en la parroquia, pues sus amplias instalaciones deportivas son características del lugar, además de brindar un ambiente fiestero, es un lugar apto para familias, reuniones familiares, descanso y estadía, puesto que el lugar cuenta con un sinnúmero de habitaciones posicionadas alrededor de la piscina en forma circular, además del bar que se encuentra brindado a los turistas de sus servicios para una mejor estadía en el lugar.

Servicios:

- Habitaciones confortables con baño privado y agua caliente, tv cable,
- Zona de internet Wi-fi
- Restaurante, Cafetería, Bar Discoteca
- Salón de Conferencias.
- Piscina, Sauna, Turco, Hidromasajes
- SPA: Masajes corporales y tratamiento en general
- Juegos de mesa, áreas infantiles, canchas de uso múltiple.
- Paseos a caballo y alquiler de bicicletas para recorridos en el sector.

Elemento Diferenciador

- Variedad de tarifas.
- Bar en la piscina.
- Juegos de mesa.
- Ambiente juvenil.
- Piscina.
- Servicio de Taxis.

Elaborado por:

Bravo Izquierdo Juan Guillermo

Revisada por:

Trelles Ordóñez, Daniela Alexandra. Mgs.



FICHA No. 3

Hostería El Descanso del Toro



Bravo, J. (2017)

Ubicación: Vía a Yamburara a 300 mt. del puente de la localidad.

Servicios: ➤ Habitaciones confortables con ➤ baño privado ➤ Agua caliente, tv cable, ➤ Zona de internet wi-fi ➤ Restaurante, Cafetería, Bar ➤ Discoteca ➤ SPA: Masajes corporales y tratamiento en general ➤ Paseos a caballo y bicicletas ➤ Parqueadero, Guardianía	Elemento Diferenciador ➤ Vista panorámica ➤ Excelente iluminación nocturna ➤ Infraestructura ➤ Amplias instalaciones ➤ Variedad de platos a la carta
Elaborado por: Bravo Izquierdo Juan Guillermo	Revisada por: Trelles Ordóñez, Daniela Alexandra. Mgs.



FICHA No. 4

Hostería El Paraíso



Bravo, J. (2017)

Ubicación: El establecimiento está a 40 minutos en automóvil del centro de Loja y a unos 500 metros del centro de Vilcabamba.

Servicios: ➤ Habitaciones equipadas modernamente. ➤ Restaurante ➤ Parque infantil ➤ Bar ➤ Piscina al aire libre ➤ Masajes ➤ Internet ➤ Parking ➤ Biblioteca	Elemento Diferenciador • Centro de spa y bienestar. • Bungalows amplios con patio privado con vistas a los jardines.
Elaborado por: Bravo Izquierdo Juan Guillermo	Revisada por: Trelles Ordóñez, Daniela Alexandra. Mgs.



FICHA No. 5

Hostería Vilcabamba



Bravo, J. (2017)

Ubicación: El establecimiento está a 40 minutos en automóvil del centro de Loja y a unos 500 metros del centro de Vilcabamba.

Servicios:

- Habitaciones confortables con baño privado y agua caliente
- Atención de Eventos
- Internet Inalámbrico
- Cafetería – Snack Bar
- Piscina
- Sauna – turco – Hidromasaje
- S P A Masajes Corporales y Tratamientos Faciales y Capilares
- Peluquería
- Juegos Infantiles y área recreativa
- Orquideario, Bosque de Bambú, Jardines, Áreas verdes, Árboles Frutales

Elemento Diferenciador

- Paseos a caballo con guías y el poder disfrutar de la naturaleza permitirá que sus días de vacaciones sean disfrutados al máximo y tener la oportunidad de conocer los secretos del Valle Encantado de Vilcabamba.

Elaborado por:

Bravo Izquierdo Juan Guillermo

Revisada por:

Trelles Ordóñez, Daniela Alexandra. Mgs.



FICHA No. 6

Hostería Vilcabamba



Bravo, J. (2017)

Ubicación: A 150 metros del parque central y centro poblado de Vilcabamba.

Servicios:

- alberga una piscina al aire libre
- restaurante a la carta.
- conexión Wi-Fi gratuita y un
- desayuno americano diario.
- Las habitaciones presentan una decoración luminosa y disponen de TV y baño privado con ducha y aseo.

Elemento Diferenciador

- Las suites también cuentan con un balcón privado con vistas a los jardines.

Elaborado por:

Bravo Izquierdo Juan Guillermo

Revisada por:

Trelles Ordóñez, Daniela Alexandra. Mgs.

3.4.2 Descriptiva

El Método descriptivo ayudó a correlacionar denominaciones y términos, que son necesario para obtener un análisis crítico y personal de los hechos suscitados en el estudio realizado, es necesario esclarecer y analizar cuanta información o resultado se obtuvo. Pues es de fundamental importancia para llegar a conocer las actitudes, costumbres, y cambios predominantes a través de la descripción exacta de las actividades.

3.4.3. Correlacional

(Briones, 1982) Establece lo siguiente:

El método correlacional consiste en la búsqueda de algún tipo de relación entre dos o más variables, y en qué medida la variación de una de las variables afecta a la otra, sin llegar a conocer cuál de ellas puede ser causa o efecto. Este permite estudiar fenómenos que no son susceptibles de manipulación al ser constructos hipotéticos (realidades no observables) como la inteligencia, la personalidad... Una correlación positiva indica una relación directa, es decir, que dos variables aumentan o disminuyen al mismo tiempo. (pág.96)

3.4.4 Explicativa

Es un método de narración, de exponer los criterios en forma tácita con su respectiva explicación, se centra en definir aquellos fenómenos que atañen la causa, donde se fundamenta en conocer el origen de donde nacen ciertos hechos, por qué se dan o por qué existen ciertos objetos de estudio, y de las condiciones en las que nace dicha circunstancia. Es la investigación que más penetra el entendimiento de la realidad, en vista de que aclara la razón, el origen de las cosas, siendo el más complejo, pues el error lo retrae o atrasa del verdadero propósito planteado en la investigación.

Mediante el desarrollo de la presente tesis el método explicativo sirvió para plasmar ideas a través del discernimiento que cada una de las ideas que ya sean en forma hipotética como

científica, sirvieron para contrastar las diferentes explicaciones que se le da al entorno que se estudia. La falta de identidad.

2.3 3.5 Técnicas

3.5.1 Encuesta

Para el desarrollo de éste instrumento de investigación, se decidió aplicar un cuestionario de preguntas, a la población de la ciudad de Loja; tomando en consideración que de acuerdo a sondeos y revisión de documentación, en la oficina de estadística de la Regional 7 del Ministerio de Turismo, así como de acuerdo a las referencias indicadas en el Departamento de Información Turística del Municipio de Loja, la taza mayoritaria de personas que visitan las hosterías de la parroquia Vilcabamba la conforman ciudadanos lojanos, no existiendo hasta el momento un registro consensuado que se pueda tomar como número referencial, por lo que se ha establecido a ésta población como público objetivo de interés, para éste trabajo investigativo.

Los datos considerados para este estudio, son las estadísticas que constan en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el cantón Loja, siendo la cantidad de 214.855 habitantes según el Censo 2010.

Aplicando la fórmula tenemos lo siguiente:

FORMULA APLICADA

$$n = N / 1 + N e^2$$

Donde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población o Universo

e = Margen de error.

Para lograr una muestra significativa se trabajó considerando un margen de error del 5% como porcentaje para este trabajo.

Aplicando valores se tiene:

$$n = 214855 / 1 + 214.855 (0.05)^2$$

$$n = 214855 / 538.14$$

$$n = 399 \text{ encuestas}$$

Después de aplicar la fórmula, se procedió a realizar la encuesta a 399 pobladores de la localidad, que constituyen la población de interés para la presente investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

Pregunta No.1

¿Ha visitado la parroquia Vilcabamba?

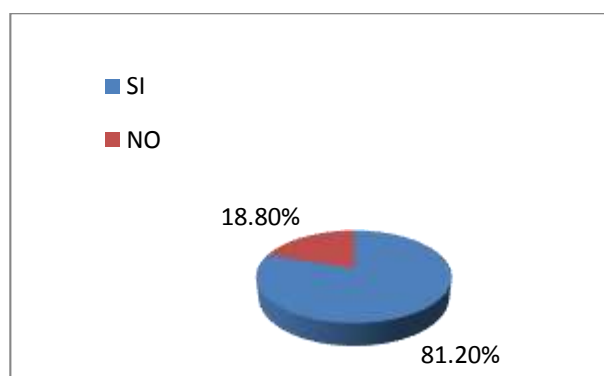
Cuadro 1. Visitas a Vilcabamba

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	324	81.20
NO	75	18.80
TOTAL	399	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 1. Visitas a Vilcabamba



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis: En lo que se refiere a la pregunta 1; de los 399 encuestados, 324 personas que corresponden al 81.20% supieron manifestar que han visitado la parroquia de Vilcabamba, muchos de ellos en más de una ocasión, mientras que 75 personas, que representan el 18.80%, manifiestan que hasta la presente fecha no han podido conocer Vilcabamba, por razones de residencia, o por el hecho de que es poco tiempo del que disponen para movilizarse hacia otros sectores de la ciudad, sin embargo, indican que sienten gran interés en conocer dicho destino turístico. Según los resultados que se ha podido recabar con respecto a la pregunta 1, son de gran importancia puesto que se deja en evidencia que un gran número de personas del cantón

Loja, conocen Vilcabamba, disfrutan de su estancia en el lugar, preferentemente en fines de semana y feriados, haciendo uso de los múltiples establecimientos turísticos del lugar.

Pregunta No. 2

1. ¿Con qué frecuencia ha visitado la parroquia Vilcabamba?

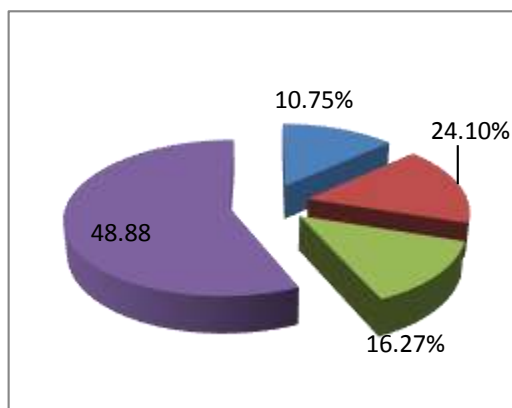
Cuadro 2. Frecuencia de visitas a Vilcabamba

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Siempre	195	48.88
Casi Siempre	96	24.10
Ocasionalmente	65	16.27
Nunca	43	10.75
TOTAL	399	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 2. Frecuencia de visitas a Vilcabamba



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis: El 48.88% indica que visita frecuentemente el sector Vilcabamba, emplean los servicios turísticos del sector, luego se tiene un 24.10% que lo hace de manera regular lo que incluye los fines de semana, seguido de un 16.27% que lo hace ocasionalmente por alguna festividad o feriado, y finalmente un 10.75% que no han visitado nunca el lugar, pero que tienen la intención de hacerlo en algún momento por los comentarios agradables de cercanos.

Para éste caso se ha considerado un nuevo total, estableciéndose que se tomará como margen universo a las 356 personas que conocen la Parroquia Vilcabamba.

Pregunta No. 3

¿Conoce Ud. las hosterías de la Parroquia Vilcabamba?

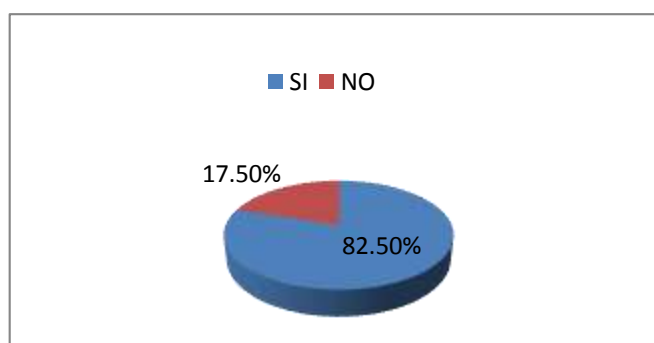
Cuadro 3. Conocimiento de Hosterías en Vilcabamba

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	294	82.50
NO	62	17.50
TOTAL	356	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 3. Conocimiento de Hosterías en Vilcabamba



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis: Tabulando los datos, se establece que el 82.50% de aquellas personas consultadas, indican que conocen las Hosterías de la Parroquia Vilcabamba y que en varias ocasiones han usado los distintos servicios que están ofrecen y un 17.50% de los restantes manifiestan que no las conocen o han visitado, porque suelen alojarse en casas de familiares o amigos o suelen retornar al caer la tarde a sus domicilios en la ciudad de Loja.

A partir de la pregunta numero cuatro se tomará como margen total a 294 personas encuestadas, que corresponden al número de ciudadanos Lojanos, que en efecto conoce y usa los servicios de la Hosterías de la Parroquia Vilcabamba.

Pregunta No. 4

En caso de haber visitado alguna de ellas. Indique

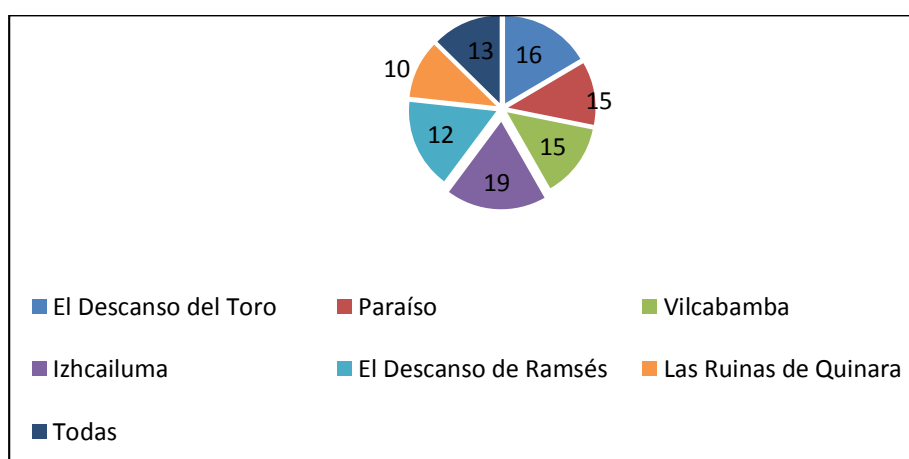
Cuadro 4. Conocimiento de Hosterías en Vilcabamba

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
El Descanso del Toro	49	16.00
Paraíso	42	15.00
Vilcabamba	44	15.00
Izhcayluma	39	13.00
El Descanso de Ramsés	37	12.00
Las Ruinas de Quinara	31	10.00
Todas	52	19.00
TOTAL	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 4. Conocimiento de Hosterías en Vilcabamba



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis: Para analizar ésta pregunta, es importante destacar que se han obtenido márgenes similares de visita, destacando quienes han ido a todos los establecimientos turísticos empleando algún tipo de servicio sea éste hospedaje, alimentación o eventos, luego tenemos que los ciudadanos lojanos visitan mayormente la Hostería Descanso del Toro, quizás por ser la más moderna y acogedora; posteriormente encontramos quienes acuden a la Hostería Ruinas de Quinara, después aquellos que visitan la tradicional Hostería Vilcabamba, seguido de El Descanso del Ramsés y finalmente los que acuden a Ruinas de Quinara.

Pregunta No. 5

¿En qué categoría califica la atención y servicios recibidos en las hosterías de Vilcabamba?

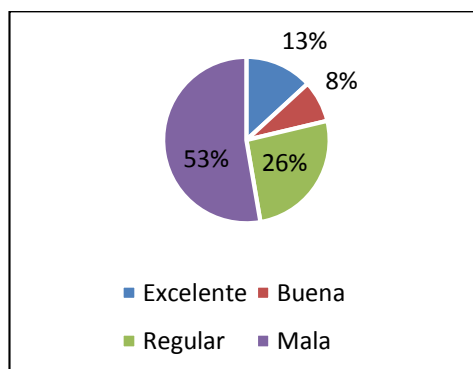
Cuadro 5. Calificación a la atención y servicios que prestan las hosterías

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Excelente	39	13.00
Buena	24	8.00
Regular	77	26.00
Mala	154	53.00
TOTAL	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 5. Calificación a la atención y servicios que prestan las hosterías



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis: Luego de tabular las encuestas se observa que un 53% indican que la atención es mala, seguido de un 26% que indican que es regular, posteriormente se observa un 13% para quienes es excelente y finalmente un 8% la señala como buena.

Pregunta No. 6

¿En su visita a las Hosterías de Vilcabamba, cuáles son los servicios a los que más accede?

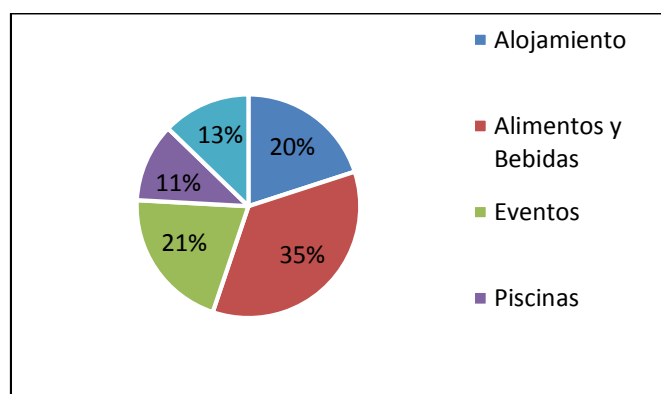
Cuadro 6. Servicios

Servicios	Frecuencia(f)	Porcentaje (%)
Alojamiento	58	20
Alimentos y Bebidas	106	35
Eventos	60	21
Piscinas	33	11
Otras actividades turísticas	37	13
Total	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 6. Servicios



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis. - De acuerdo a los resultados se evidencia que el 35% de las personas que visitan Vilcabamba, generalmente emplean el servicio de alimentos y bebidas, luego se tiene que

márgenes similares de 21 y 20% acuden a las mismas por eventos y alojamiento y porcentajes menores de 13 y 11%, respectivamente para otras actividades turísticas de recreación y esparcimiento. Lo que demuestra, que hay un considerable público que nos ha entregado referencias serias de la calidad de los servicios turísticos en el sector, mismas que se han analizado minuciosamente y serán consideradas para realizar la propuesta de este estudio investigativo.

Pregunta No. 7

¿Al momento de emplear los servicios turísticos de la Hosterías de la Parroquia Vilcabamba? qué aspectos Ud. considera importantes:

- a) Atención amable y oportuna.
- b) Ánimo de servicio y cooperación.
- c) Calidad de los productos ofrecidos.
- d) Infraestructura y ambientación del lugar.
- e) Todos los aspectos anteriores.
- f) Ninguno.

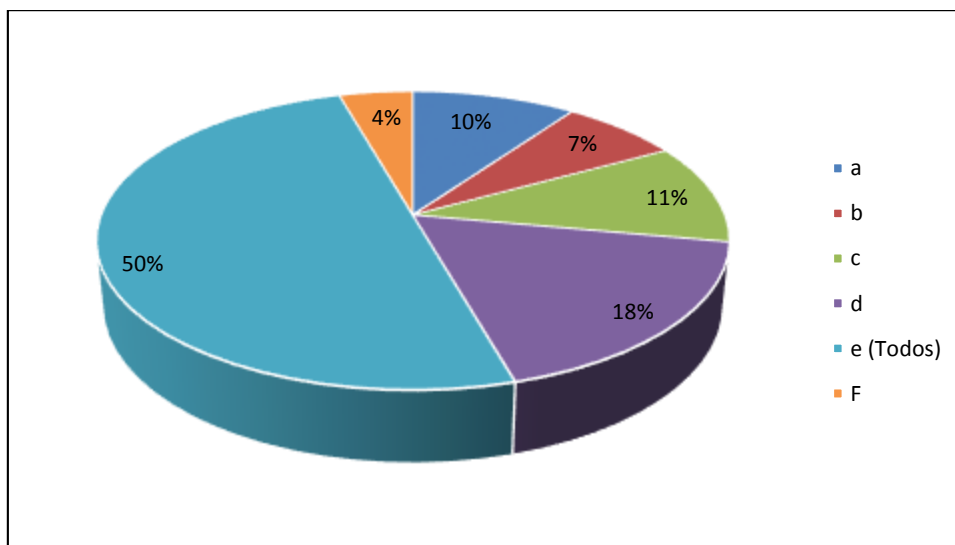
Cuadro 7. Aspectos importantes al emplear servicios turísticos

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
a	29	10.00
b	21	7.00
c	32	11.00
d	52	18.00
e (Todos)	147	50.00
F	13	4.00
TOTAL	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 7. Aspectos importantes al emplear servicios turísticos



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis. - De acuerdo a los resultados de las encuestas se evidencia que el 50% consideran todos los aspectos son importantes, al momento de visitar las hosterías de Vilcabamba, el 10% cree que es importante la atención amable y oportuna, un 7% indica que lo primordial es ser atendido con ánimo y cooperación, tenemos 11% que desea calidad en los productos y servicio, un 18% para quienes la infraestructura y ambientación del lugar es trascendental y un 4% de encuestados señala indiferencia frente a lo consultado pues no les parece importantes ninguno de los aspectos.

Pregunta No. 8

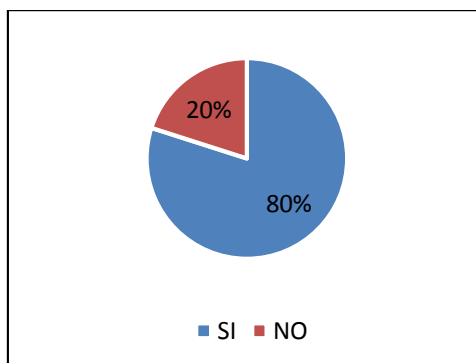
Cree que existe información adecuada de los servicios turísticos que ofrecen las Hosterías de la Parroquia Vilcabamba

Cuadro 8. Información adecuada de servicios turísticos

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	235	80.00
NO	59	20.00
Total	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 8. Información adecuada de servicios turísticos

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis.- De acuerdo a los resultados se evidencia que el 80% de las personas que visitan las distintas Hosterías de la Parroquia Vilcabamba, creen pertinente mejorar los medios de comunicación de información de servicios y promociones de estos establecimientos, pues no se conoce mucho de ellos tal vez por conformidad de los propietarios al sentir que ya tienen un público seguro los fines de semana, pues muchos lojanos se desplazan para departir gratos momentos en el hermoso valle, la información que se tiene de los diferentes destinos turísticos es escasa, los turistas al momento de arribar al lugar no tienen una buena guía o panfleto que ayude a decidir cuál es el lugar que les conviene para su estadía, y solo un 20% indica que está de acuerdo con los datos existentes.

Pregunta No. 9

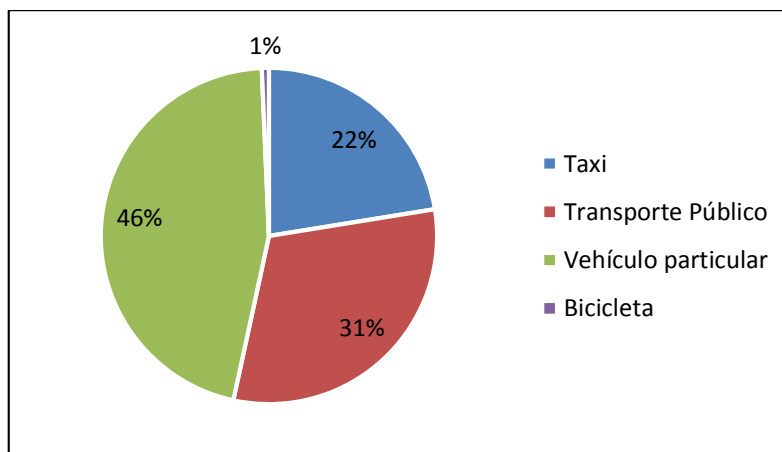
¿Cuál es el medio de transporte más usual que ofrece la localidad, para llevar a las personas a los destinos turísticos de Parroquia?

Cuadro 9. Medio de transporte más usual que ofrece la localidad

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Taxi	66	26.30
Transporte Público	91	31.00
Vehículo particular	135	46.00
Bicicleta	2	0.70
Total	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 9. Medio de transporte más usual que ofrece la localidad

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: Bravo, J.

Análisis. – De los encuestados el 46% se moviliza en vehículo propio, un 31% en transporte público y reporta de problemas frecuentes, en vista de que existe una nula, o casi nula capacitación a los choferes que recorren las vías de la Parroquia, en cuestión de transporte público es fácil deducir que aún falta muchísimo por crecer, pues el servicio brindado por las diferentes cooperativas de taxis y buses no brindan calidad. Un 22% lo hace en taxi, señalan que es mejor, pero desean que se capacite a los conductores para que mejoren la calidad del servicio.

Pregunta No. 10

¿Considera que los servicios sociales públicos como los hospitales, centros de salud, transporte, seguridad vial, seguridad deben mejorar?

Cuadro 10. Mejoramiento de servicios públicos

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	294	100.00
NO	0	0
TOTAL	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 10. Mejoramiento de servicios públicos

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis. - El total de encuestados, que equivale al 100% supieron manifestar que es necesario para un lugar de destino turístico mejorar los servicios hospitalarios públicos, para ofrecer al turista garantías de su estadía, con un entorno saludable, higiénico y seguro.

Así mismo se realizó esta pregunta en virtud de que el turista pueda hacer uso de los servicios públicos, como hospitales, por ejemplo, para que éste tenga las garantías necesarias sobre su salud o su integridad.

Pregunta No. 11

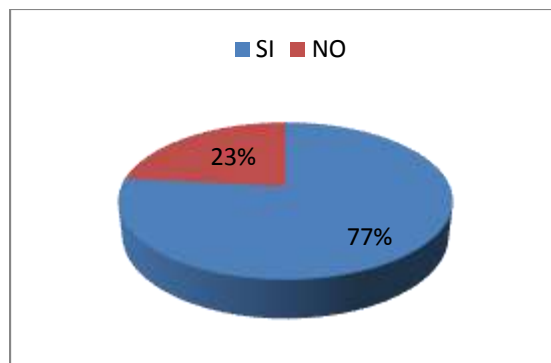
¿Considera importante mejorar el servicio en las hosterías de la parroquia Vilcabamba?

Cuadro 11. Necesidad de mejorar el servicio en las hosterías

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	226	77.00
NO	68	23.00
TOTAL	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 11. Necesidad de mejorar el servicio en las hosterías

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis.- Los usuarios de los distintos servicios que ofrecen las Hosterías de la Parroquia Vilcabamba, coinciden totalmente en señalar que la calidad de los mismos debería mejorar notablemente, razón por la cual 226 personas que corresponde al 77% manifiestan que es importante manejar el trato al visitante local, nacional y extranjero; poniendo atención especial a aspectos como: infraestructura, trato, calidez de servicio, entre otros, lo que con total certeza se encaminará a lograr la satisfacción del cliente. Luego se establece que un 23% que representan 68 ciudadanos lojanos, quienes manifiestan e indican que se encuentran en cierta forma conformes con la manera en la que se desempeña la atención al usuario de los establecimientos turísticos de la Parroquia Vilcabamba.

Pregunta No. 12

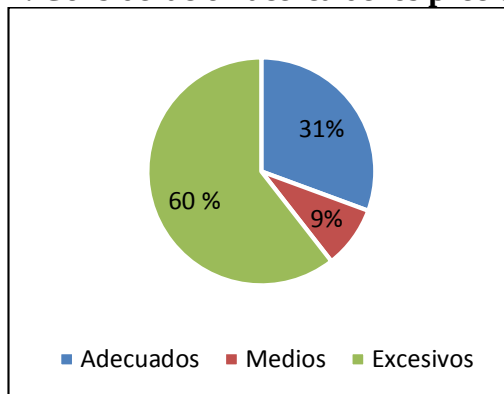
¿Considera usted que los precios por los servicios brindados en las hosterías de la parroquia Vilcabamba, son adecuados, medios o excesivos para los visitantes y turistas sean locales, nacionales o extranjeros?

Cuadro 12. Consideración acerca de los precios vigentes

Opciones	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Adecuados	90	31.00
Medios	26	9.00
Excesivos	178	70.00
TOTAL	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 12. Consideración acerca de los precios vigentes

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis: De las 294 personas encuestadas el 60.00% supieron manifestar que los precios de las hosterías son excesivos y que se deberían bajar, porque es un entorno rural, que si bien es agradable y turístico, debe ser considerado al alcance de la economía que lo rodea ya que en su mayoría lo visitan pobladores de la ciudad de Loja, que acuden al lugar acompañados de familiares y amigos, por lo tanto si los precios no fuesen muy elevados, el consumo podría incrementarse; luego tenemos un 31% que lo consideran adecuados los precios, posiblemente porque su poder adquisitivo es mayor, para finalizar un 9% que piensa que los precios son medios y que en cierta manera son accesibles. Pero como conclusión podríamos indicar que los usuarios piden una revisión de los mismos, hecho al que se le debería prestar atención es cierto que los precios son realmente importantes para el desarrollo de la empresa, pues en la mayor parte de los casos el turista busca principalmente la economía; y los costos de las hosterías oscilan a partir de los 15 dólares por persona para alimentación y alrededor de 35 dólares para alojamiento, siendo estos un tanto altos en relación con salario básico que hasta la fecha en Ecuador es de 365 dólares de los Estados Unidos de América, no así para los turistas extranjeros, cuyos fondos económicos son mucho mayores y los precios puedan parecerles sin novedad.

Pregunta No. 13

¿Considera necesario que los prestadores de servicios turísticos reciban talleres y cursos de capacitación?

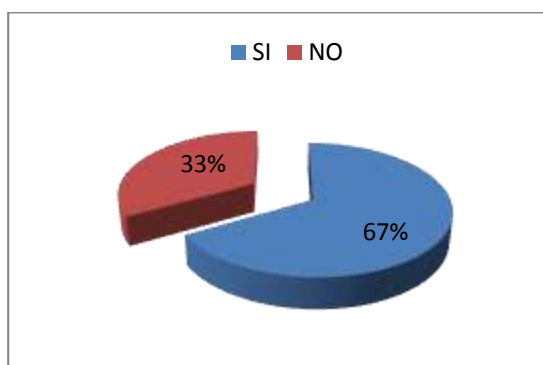
Cuadro 13. Necesidad de capacitar a los prestadores de servicios turísticos

Opciones	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
SI	258	67.00
NO	36	33.00
TOTAL	294	100.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Gráfico 13. Necesidad de capacitar a los prestadores de servicios turísticos



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Bravo, J.

Análisis. - Con un importante 67% a favor, los visitantes y turistas locales manifiestan que creen que la capacitación y formación permanente es el medio idóneo para que mejore la calidad de atención en la parroquia de Vilcabamba, contando de tal manera con conocimientos que seguramente motivará el cambio de actitud y permitirá que ofrezcan mejor nivel de atención en el paradisiaco sector. El servicio al cliente es una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una empresa, si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas del establecimiento que hace de su consigna el buen servicio. Y finalmente tenemos un pequeño 33% que ven con normalidad los servicios prestados y por tanto no ven necesaria la capacitación.

4.2 Resultados por Objetivos

Objetivo General:

- **Analizar el nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba**

El objetivo general se cumplió con efectividad, en lo que respecta a la investigación de campo, principalmente a las encuestas que arrojaron resultados claros en cuanto a la falta de capacitación por parte de los encargados de las hosterías y sus equipos de trabajo, constituyéndose en un punto importante de turismo para la parroquia Vilcabamba y por qué no para el cantón Loja y no solamente para las hosterías, sino para todos aquellos que forman parte del turismo de un lugar, ya sea servicio público o privado, tienen siempre la imperiosa necesidad de mejorar sus servicios de atención para hacer de esta región una de las más concurridas y con vías al progreso, ya que la explotación del turismo es una fuente de ingreso para nuestra sociedad, y sobre todo la gente que decide emprender en ésta región del mundo, por ello la importancia de desarrollar y aplicar una propuesta adecuada y correcta para capacitar y mejorar el nivel de atención de las hosterías, ya que al contar con un plan de capacitación, que contemple talleres o conferencias se ayudara a que estas expectativas se cumplan con el fin de mejorar el turismo en la parroquia.

Objetivos Específicos:

- 1) **Realizar un diagnóstico situacional de la realidad actual de las hosterías de parroquia de Vilcabamba.-** Este objetivo pudo verificarse gracias al desarrollo del marco referencial que ayudó a resolver aspectos culturales y situacionales de la Parroquia Vilcabamba, pues para determinar ese tipo de parámetros, siempre es necesario adentrarse a la cultura del pueblo donde se ubican las hosterías motivo del presente trabajo investigativo; de igual manera, fue necesario el estudio de las características principales que hacen de aquel lugar un sitio de destino turístico como los son la privilegiada temperatura, es así que se pudo diagnosticar según el criterio expresado por los encuestados, para ellos es muy cómodo el clima de Vilcabamba y es un privilegiado poder disfrutarlo, es por ello que la situación actual de las hosterías

es regular ya que poseen un número determinado de clientes frecuentes que se los puede denominar como clientes fieles, pero estos solo los frecuentan los fines de semana y por lo general son turistas locales, con esto se hace referencia a turistas que pertenecen a la ciudad de Loja y la parroquia así mismo tienen turistas nacionales pero en un porcentaje menor, en cuanto al turista internacional que los visita es bueno, pero los mismos dan prioridad a una o dos hosterías que poseen una mejor atención, por tal motivo es factible realizar el análisis.

2) Determinar el nivel de atención al cliente en cada una de las hosterías de la parroquia Vilcabamba.-

Para poder determinar este objetivo fue necesario recurrir a la investigación de campo, pues se ha podido determinar que la realidad de las hosterías no es crítica, pues tienen potencial empresarial y cierto nivel de alternativas, sin embargo, si es de vital importancia que mejoren en ciertos sentido ya que el nivel de conocimiento profesional o empírico es muy falto de capacitación de acuerdo al turismo y al trato con el cliente, valores, principios y metodología con la que se debe contar para mantener una atención de calidad, y esto se ha producido por muchas falencias como lo son la falta de información que existe de dichos lugares de destino turístico, ya que al momento de llegar al lugar la información de las hosterías es poca o nula, también se pudo determinar para la calidad del servicio el incremento de actividades turísticas; sumado también la imperiosa necesidad de capacitar a los empleados que atienden el lugar, para hacer del sitio un lugar de calidad y confort para el cliente.

3) Desarrollar una propuesta integral, como estrategia para llevar a cabo el proceso de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba.-

Para la verificación del presente objetivo, fue necesario el desarrollo de las preguntas de la encuesta, pues me sirvió para basarme en la opinión directa del usuario, pues quién más que él para determinar los niveles de atención o las falencias que presentan las hosterías motivo del presente trabajo como lo son:

- ✓ Izhcayluma
- ✓ El descanso del Toro
- ✓ Paraíso

- ✓ Vilcabamba
- ✓ Ruinas de Quinara
- ✓ El descanso de Ramses

Todo esto con la finalidad de plantear una propuesta favorable para el mejoramiento de la atención al turista, puesto que a la fecha no existe mayor preocupación por las autoridades o el Ministerio de Turismo, conjuntamente con las hosterías, para dar a los empleados una mejor preparación en cuanto al desempeño de sus actividades, sobre todo si se trata de mejorar la calidad de las hosterías de Vilcabamba y todo toda la región si fuera posible.

4.3. Propuesta

Luego del análisis IN SITU, realizado en las hosterías de Vilcabamba, es importante señalar que se requiere una mejora continua, conjuntamente con el equipo de trabajo del cual se dispone, pues ahora que se ha desarrollado el estudio correspondiente, se ha podido conocer con profundidad la percepción actual de los clientes, siendo la atención al cliente el punto principal a tratar.

En el desarrollo de la propuesta se han establecido parámetros de importante trascendencia, en busca de un desarrollo integral del contenido de la investigación con el fin de mejorar los parámetros de atención de uno de los destinos turísticos más importantes de la localidad.

Como propuesta se plantea el desarrollo de tres talleres con el fin de capacitar a los propietarios y trabajadores de las hosterías de la parroquia Vilcabamba; pues como se ha podido establecer, es necesario por parte de las autoridades del cantón conjuntamente con los gerentes preparar a los trabajadores para que los parámetros de atención al cliente asciendan a mayores niveles de calidad que son los que exige el mercado turístico siendo una de las principales fuentes de ingreso económico del lugar.

La jornada de capacitación consta de tres talleres formativos, en los cuales a través de metodologías dinámicas y atractivas se abordarán temas turísticos, para concienciar y motivar

el cambio de visión y actitud en los administradores, gerentes y personal que labora en las hosterías de la parroquia Vilcabamba.

El primer taller abordará notas introductorias acerca de la industria turística.

En el segundo taller se determinarán los aspectos fundamentales y generales sobre la buena atención, así como el significado y concepto de las diferentes técnicas de aplicación para un trato adecuado del turista.

El tercer taller, se encamina al desarrollo del aprendizaje de técnicas de aplicación para el mantenimiento de hosterías, así como la buena imagen y el manejo adecuado de las instalaciones, así mismo se encamina al aprendizaje de técnicas básicas del rescate y asistencia en primeros auxilios pues al haber variedad de actividades, es posible que se susciten problemas de esa índole; de igual manera el taller culminará con el desarrollo de buenas prácticas para la conservación del medio ambiente, así como el trato responsable de desechos orgánicos e inorgánicos.

1) Introducción

Es necesario que en todo trabajo se persiga el fin de estructurar falencias dentro del ámbito que se ha estudiado, pues en el trabajo de investigación se ha propuesto desarrollar un “Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba”; fue necesario entonces el estudio de los diferentes parámetros de atención de las hosterías.

Se considera importante el estudio de la realidad de atención al cliente, de un lugar de destino tan importante para Loja, y por qué no para el Ecuador, como lo es la pequeña pero llamativa parroquia de Vilcabamba, puesto que el desarrollo de la tesis pudo sustentar que el nivel de atención no se considera como crítico, al contrario se pueden rescatar muchas virtudes y explotar aún más el potencial que tiene Vilcabamba, sin que esto incida en que la naturaleza y el medio ambiente sea afectado, sin embargo es necesario siempre buscar el mejoramiento de la atención y los servicios.

La atención de calidad es de vital importancia para categorizar al lugar de destino, la primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición, y así un alto índice de probabilidades de pre disponibilidad de adquisición del cliente; como principios de la atención al cliente se establece que es él quien valora la calidad de atención.

2) Antecedentes

La buena atención a un turista, es la carta de presentación y el reflejo de la cultura de un pueblo; para un observador inexperto la calidad de oferta y demanda de una empresa, así como la atención que se le brinda al cliente es irrisoria, sin embargo son parámetros de suma importancia para el desarrollo comercial e industrial de los pueblos, sobre todo de aquellos que apuestan su futuro mercado en políticas de turismo; y basta ser un poco observadores para darse cuenta del potencial turístico que poseen las diversas regiones de nuestra región.

El desarrollo de la presente tesis se ha realizado con el afán de poder determinar los índices de calidad que se ofrecen en la parroquia Vilcabamba, La calidad en el servicio o productos ofrecidos al cliente provee un valor agregado a un negocio; se deben invertir recursos para conocer las necesidades de los turistas y así poder satisfacer sus expectativas.

3) Difusión del Plan de Capacitación.

La difusión se la realizará en los medios de comunicación locales, con la finalidad de dar a conocer la propuesta a todos los prestadores de servicios turísticos.

4) Desarrollo

4.1) Introducción

Como se ha podido establecer en el desarrollo de la tesis, las actividades turísticas son vitales para que la parroquia mantenga siempre el flujo constante de turistas, y al contrario de disminuir la cifra de visitantes, aumente con notoriedad; entre los principales problemas que mantienen las hostería de Vilcabamba son las actividades que se ofrecen, pues como se ha

podido determinar el clima es templado y por lo tanto al servicio al que más acceden son las piscinas, las cuales en ciertos lugares se deben ampliar, así como la falta de mejoramiento en infraestructura y servicios como la televisión por cable o el internet, deberían ser prioritarios en el sentido del buen servicio eso tiene un papel relevante para quienes ofrecen el servicio de estadía principalmente.

El valor agregado puede ser en ciertas ocasiones el componente determinante del éxito de un negocio, algo que puede marcar la diferencia entre un negocio y otro. Pues el valor agregado también apunta mucho a la innovación y una sana competencia que favorece las buenas ideas y el desarrollo de los negocios.

Es claro que el valor agregado, en métodos de marketing, es una característica extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial; generalmente se trata de una característica o servicio poco común o inusual, e incluso pudiendo diferenciar y categorizar un lugar de otro, por lo tanto es necesario la aplicación de un valor agregado, mismo que puede traer muchos beneficios que se traducirán en buenas utilidades para las hosterías de la Parroquia, pues en simples deducciones trae consigo ciertos beneficios, ya que todos nos gusta recibir algo extra por nuestro dinero y es que nos encanta que nuestras expectativas sean superadas.

La propuesta presentada para este trabajo de titulación, se ha estructurado considerando los siguientes criterios: visitas in situ, diálogo con las autoridades seccionales que regulan la actividad turística en el sector y en la ciudad de Loja, resultados de las encuestas realizadas a la población objetivo y conocimientos teórico prácticos obtenidos en la formación pre profesional; luego de lo cual se ha creído conveniente elaborar un material informativo que permita a los propietarios y colaboradores de la Hosterías de Vilcabamba, realizar una introspección a sus quehacer diario, evaluando los procesos de atención y prestación de servicios turísticos, detectando fallas y potencializando las fortalezas, todo esto con el firme propósito de lograr elevar el nivel de calidad en la atención al cliente, satisfaciendo sus necesidades deseos y expectativas. Por lo tanto, la propuesta es elaborar tres talleres de capacitación, con tres temas diferentes enfocados netamente a capacitar y fortalecer el

conocimiento de todos los operadores turísticos y de las personas que se encuentran de forma indirecta relacionadas con el turista.

La concepción del seminario taller de capacitación se ha concebido, en base a una estructura dinámica e interesante que permite al facilitador y participantes interactuar activamente en base a los problemas reales del sector en estudio, siempre apoyándose en el conocimiento técnico y experiencias diarias de laborar en la industria turística.

Las buenas prácticas para la atención al cliente en hosterías de Vilcabamba, en su dimensión productiva, se caracterizan por el buen talento y conocimiento humano que intervienen en el proceso de prestación de servicios. Aún más, esto varía directamente con la calidad del servicio y el buen trato con el cliente. Por su parte, el grado de satisfacción del turista está fuertemente influenciado por la presencia de una mayor cantidad de talento humano, profesionalismo y conocimiento, el cual es competente y eficaz en sus funciones.

Es posible afirmar entonces que para mejorar la calidad de atención al cliente es importante contar con talento humano altamente eficiente, lleno de conocimientos y calificado en la materia ya sea profesional o empíricamente ya que en muchos establecimientos turísticos no cuentan con personal calificado, refiriéndose a personas estudiadas en la materia como hotelería o administración de empresas turísticas, por ello de que las empresas o prestadores de servicios en turismo por economizar gastos prefieren contratar a personal no calificado, que no posee conocimientos en la materia y que simplemente tienen un conocimiento empírico en un trato normal como cualquier otro negocio, es por ello que la capacitación es el eje principal para que contribuya a mejorar la calidad de atención.

Es muy importante entender que la capacitación en un sentido más amplio es la relación al tipo de atención que se ofrece y posteriormente al cargo que cada persona posee dentro de determinada empresa, en una hostería habrá una recepcionista, un mesero, un botones, camareros y así en cada empresa y cada quien desarrolla un papel fundamental y diferente dentro de la empresa, pero en general la capacitación tiene como propósito la mejora en la prestación de los servicios. Ahora es importante recordar que la capacitación es un proceso de mejora continua, que siempre se mantendrá en constante cambio y que con el transcurso se

evaluara lo aprendido, pero aún más importante la aplicación y mejoramiento de la atención que se ofrece para que así el cliente se encuentre satisfecho, ya que finalmente es el a quién nos debemos.

La característica principal en la atención al cliente es el buen trato, en otras palabras, ponerse en el lugar del cliente, manejar el dialogo correcto, la experiencia, el conocimiento empírico y mejor aún el profesionalismo que se posea y recordar que el cliente es exigente que de una u otra forma está ahí para sentirse a gusto y completo, al saber que fue atendido de la mejor manera. Por tal motivo implementar un taller de capacitación asevera la menor ocurrencia de errores o fallas, es por eso que ayudara al conocimiento empírico de los prestadores de servicios turísticos, a fortalecer sus conocimientos de una forma más correcta y adecuada.

La capacitación así mismo es el fin para alcanzar los objetivos y los resultados, ya que estos son la propuesta más específica, en este caso el fortalecimiento del sector turístico de Vilcabamba como un eje principal y progresivo para la mejora de la calidad de atención, porque lo más importante de vender calidad de servicios, es convertirse en un destino competitivo a nivel local y nacional. Además la importancia de la capacitación como parte del taller, es necesaria ya que está basándose en las necesidades encontradas en la parroquia, es por ello que se utilizó instrumentos de campo como la observación directa, entrevistas y la aplicación de encuestas dirigidas por una parte a los prestadores de servicios turísticos, empresas de transporte, restaurantes, discotecas y bares; como también fue importante recabar información de quienes reciben los servicios turísticos como son los turistas.

4.2) Estructura

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTERÍAS DE VILCABAMBA

PROPUESTA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA VILCABAMBA - LOJA – ECUADOR 2017

Presentación

El desarrollo del taller denominado, **Buenas prácticas para la atención al cliente en hosterías de Vilcabamba** contendrá las siguientes temáticas:

- **I TALLER**
Introducción al Turismo
- **II TALLER**
Parámetros idóneos para brindar una Atención de Calidad Integral
- **III TALLER**
Manejo Turístico Ambiental

Ante la aplicación de encuestas a los prestadores de servicios como a turistas se determinó la necesidad de capacitar a los propietarios y personal que labora en los establecimientos prestadores de servicios turísticos, con la finalidad de brindar al cliente local, nacional y extranjero un producto turístico de calidad.

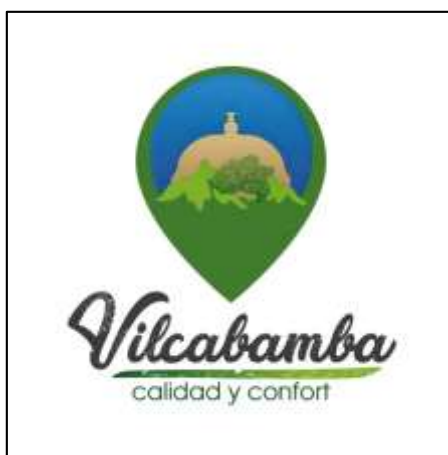
El objetivo principal del taller es impartir conocimientos a los prestadores turísticos de la parroquia Vilcabamba. Con la finalidad de mejorar la calidad de los mismos satisfaciendo las expectativas y necesidades de los visitantes, lo cual contribuirá a mejorar los ingresos económicos de las empresas así mismo mejora la calidad de vida de los habitantes locales.

Por lo antes expuesto es imprescindible la participación activa y dinámica durante el desarrollo del taller, de los propietarios de establecimientos prestadores de servicios turísticos y el personal que labora en dichos establecimientos.

4.3) Imagen Creativa

A continuación se presentara el slogan que estará como imagen de los talleres a realizar, el mismo que representa la imagen de Vilcabamba expuesta con un relieve montañoso que muestra la hermosa geografía que rodea el valle así mismo se grafica un árbol que es la especie endémica del lugar el Huilco una planta nativa y de mucha historia y como imagen de las hosterías tenemos un timbre de un lobby el cual representa la infraestructura turística del lugar.

Ilustración 8. Slogan



Fuente: El Autor

Elaboración: Bravo, J.

- El color verde, significa la fertilidad y el verdor de los campos de Vilcabamba, que dan vida y crean turismo.
- El timbre, simboliza la infraestructura turística, el turismo de Vilcabamba
- El árbol significa el huilco la planta nativa y característica del valle.
- Al mismo tiempo grafica unas montañas, que representa lo geografía del valle que es el atractivo, tanto para el turista como para el prestador de servicios turístico.

4.4) Material Informativo

Ilustración 9. Propuesta invitación talleres

 TALLER DE CAPACITACIÓN PARA LA ATENCIÓN AL TURISTA DE LA PARROQUIA VILCABAMBA La Alcaldía de Loja y el Ministerio de Turismo tienen a bien, invitar a la ciudadanía, y a los trabajadores de las diferentes hosterías de la Parroquia a darse cita a los talleres de capacitación formativa; con el fin de mejorar los parámetros de atención al turista local, nacional y extranjero que acude a Vilcabamba. A quienes cumplan con los parámetros y reglas establecidas, se emitirá certificado equivalente a 40 horas de capacitación, avalado por la Universidad Internacional del Ecuador – Extensión Loja.	“El conocimiento de un oficio y su buena aplicación, son las bases sólidas de un pueblo que camina hacia la grandeza” R.N I TALLER <i>Introducción al Turismo</i> II TALLER <i>Parámetros idóneos para brindar una Atención de Calidad Integral</i> III TALLER <i>Manejo Turístico Ambiental</i>
---	--

Fuente: El Autor

Elaboración: Bravo, J.

4.4) Público Objetivo

El taller formativo o capacitación está dirigido a los administradores o gerentes de los establecimientos turísticos, a quienes ha sido dirigida ésta investigación, con la finalidad de que pueda generarse en ellos una conciencia actitudinal que motive la toma de decisiones congruente y coherentes que posibiliten la inclusión de normas prácticas y efectivas en la atención al cliente, mantenimiento de establecimientos y manejo turístico ambiental; como un primer eslabón para mejorar la calidad de la prestación de los servicios en las hosterías de Vilcabamba.

Así mismo al ser éste un taller teórico práctico, cada directivo podrá replicar en su personal a través de charlas de socialización lo aprendido.

4.5) Aval Académico

Se establecerá un convenio de cooperación institucional entre la Junta Parroquial de Vilcabamba y la Universidad Internacional del Ecuador Extensión Loja, para que a través de la Carrera de Gestión Turística y Medio Ambiente se pueda avalar formativamente, el taller que será impartido por un profesional capacitado y amplio conocedor de los temas propuestos. Es necesario que al conversar con las partes vinculantes de este proceso de mutua cooperación se ha manifestado el gran interés por hacer de esta propuesta un proyecto real.

4.6) Metodología

Se llevará a cabo de la siguiente manera:

- Taller teórico práctico.
- Métodos de socialización de información prácticos y dinámicos.
- Tareas individuales, grupales y presentación de un trabajo final.
- Puntaje mínimo: 70/100 y cumplir con el 70% del total de la asistencia.
- Certificación Avalada por la UIDE por 40 horas formativas.

4.7) Presupuesto Referencial

Se ha elaborado un presupuesto referencial, que incluye los siguientes aspectos:

Tabla 1. Presupuesto Referencial

RUBRO	MONTO	Observación
Capitador	-	Apoyo UIDE Loja
Material para Participantes (20 asistentes)	400.00	Incluye: Material POP Guía Formativa CD Certificado Souvenir
Movilización y Logística	200.00	
Alimentación (Almuerzo para 20 asistentes en 4 jornadas de trabajo)	400.00	
TOTAL	1000.00 (Mil dólares 00/100)	

Fuente: Observación Directa – Investigación propia.

Elaboración: El Autor

Es necesario indicar que la Junta Parroquial, tiene el interés por apoyar éste proyecto en coordinación con el Área de Turismo el Gad Municipal de Loja, a través de la partida de capacitación y fortalecimiento cooperativo.

4.8) Propuesta

TALLER No. 1

Introducción al Turismo

Ilustración 10. Turismo



Fuente: <http://www.munisalaverry.gob.pe/pages/fotos/turismo.jpg>

Objetivo General:

Dar conocer como base fundamental la introducción al turismo enfocándonos a conceptos, definiciones y características del turismo como eje principal para un buen manejo turístico y una atención de calidad.

Tabla 2. Taller No. 1
INTRODUCCIÓN AL TURISMO
Plan de Trabajo

CONTENIDOS	METODOLOGIA	RECURSOS	Tiempo
<u>Unidad No. 1</u> ¿Qué es Turismo? • Definiciones Generales • Importancia • Características • Clasificación	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	4 horas
<u>Unidad No. 2</u> Servicio Turístico • Definiciones Generales • Importancia • Normas y políticas de trabajo en la industria turística	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	4 horas
<u>Unidad No. 3</u> Hostería • Definición • Clasificación • Características y Equipamiento • Otros aspectos de interés	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	4 horas

Fuente: Observación Directa – Investigación propia.

Elaboración: El Autor

Desarrollo de Contenidos:**Turismo:**

"Según la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

También se lo define como "aquel desplazamiento en el espacio realizado por personas con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, para disfrutar de los recursos naturales y/o culturales"

Importancia del Turismo:

El turismo es un sector de gran importancia y dinamismo para la economía de los países receptores crea valiosas fuentes de empleo dinamiza la economía, tiene fuertes enlaces con otros sectores económico-productivos directa e indirectamente y contribuye al desarrollo de la economía.

Características del Turismo:

- Entretenimiento
- Ocio
- Conocer diferentes regiones
- Integración familiar
- Fotografía

Qué es Servicio Turístico:

Es la actividad empresarial que se encarga de ofrecer bienes y servicios a visitantes.

Aspectos socioeconómicos:

Va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios.

Hostería:

Origen etimológico de la palabra: proviene del italiano hostería, lugar donde se da comida y alojamiento mediante pago. Casa donde se da hospedaje.

Diferencias entre hostería y hotel:

La principal diferencia entre un hostel y un hotel es que el hotel solo ofrece habitaciones privadas, mientras que los hostales ofrecen habitaciones compartidas con camas para varias personas.

Clasificación de las hosterías:

- **Hostería de una estrella**

Son hoteles pequeños manejados por los propietarios, que tienen buen ambiente y están localizados cerca de lugares de atracción con servicio de transporte accesible.

- **Hostería de dos estrellas**

Son hoteles de tamaño medio y con buena ubicación, los cuales prestan servicio de teléfono y televisión en los dormitorios.

- **Hoteles de tres estrellas**

Estos hoteles ofrecen más comodidad, incluyen grandes salas con decoraciones especiales y bonitos vestíbulos. Son hoteles de distintos tamaños, con restaurantes que ofrecen variedad de alimentos.

Características y equipamiento de una hostería:**Interior:**

- Baño en la habitación
- Calefacción
- Chimenea
- Cocina
- Comedor
- Televisor

- Aire acondicionado
- Camas
- Sala de estar

Exterior:

- Aparcamiento
- Jardín
- Terraza
- Amacas
- Piscina
- Bar
- Spa
- Juegos de mesa

Tipos de Turismo

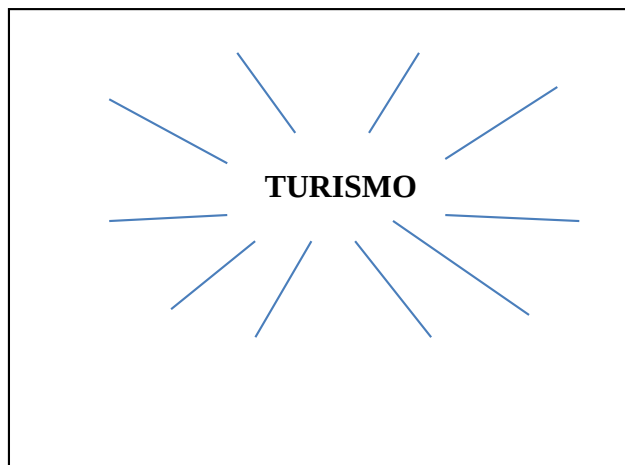
El turismo es una actividad social e integradora, de acuerdo a algunos autores su tipología es muy diversa y obedece a distintos aspectos, sin embargo, para fines de estudio se ha considerado la clasificación general que indica los tipos de turismo más relevantes.

Ilustración 11. Clasificación del turismo



Fuente: <https://aprendemoslospaisajes.weebly.com/blog/el-paisaje-turistico>

Ejercicio: Escriba 10 palabras con las que relaciona a la actividad turística.



Acción de los Participantes

Este espacio es para que los expositores resuelvan las preguntas que los asistentes tengan sobre los temas que se han podido tratar.

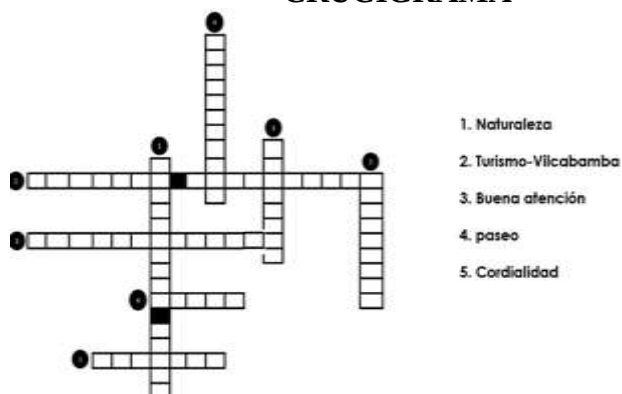
Actividades de Refuerzo

- Luego de observar el video formativo “.....” Realizaremos un análisis a través de un foro conversatorio.

Actividades Formativas.

- **Resuelva los siguientes desafíos:**

CRUCIGRAMA



SOPA DE LETRAS

O A R E L I G I O S O U X V Q
 F L U J J I A V N J G P G C B
 N D K C W B S R Y E S F W X B
 O T W S H I T L E O L O C P W
 A G R O T U R I S M O K I L O
 M D C P Q O O I U A O N Y C U
 V E T R C M N A R T B S I G I
 S D M C X S O M O P A F R S L
 M E E G K I M P S Q I I O A A
 T S W O Y R I T D T X I C O R
 U C Y E Q U C V N E C D J D U
 Q A Y P R T O E V O Q X T F T
 I N B N L O I B G R Y N Y R L
 W S X M G C T E Y F Y S K T U
 T O P P W E N C F B H R F U C

1. GASTRONOMICO
2. AGROTURISMO
3. ECOTURISMO
4. CIENTIFICO
5. DEDESCANSO
6. RELIGIOSO
7. CULTURAL
8. NEGOCIOS

Autoevaluación No. 1

Conteste las siguientes preguntas de acuerdo a lo aprendido en el taller.

1. ¿Qué es el turismo?

.....
.....
.....

2. ¿Qué es un servicio turístico?

.....
.....
.....

3. Indique 5 características de una HOSTERÍA

.....
.....
.....

4. ¿Qué importancia tiene el turismo en la economía?

.....
.....
.....

5. ¿Cuáles son las características principales del turismo?

.....
.....
.....

TALLER No. 2

Parámetros idóneos para brindar una Atención de Calidad Integral

Ilustración 12. Buena atención al cliente



Fuente: (Bravo, blogspot, 2017)

Elaboración: El Autor

Objetivo General: Motivar la inclusión de normas idóneas de atención y servicio al visitante local nacional y extranjero que acude a las hosterías de la Parroquia Vilcabamba.

Tabla 3.
Taller No. 2 . Parámetros idóneos para brindar una Atención de Calidad Integral

Plan de Trabajo

CONTENIDOS	METODOLOGIA	RECURSOS	Tiempo
<u>Unidad No. 1</u> Atención y servicio al cliente - Definiciones Generales - Parámetros	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	2 horas
<u>Unidad No. 2</u> Normas de atención al cliente - Definiciones Generales - Normas de atención al cliente - Políticas de trabajo	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	4 horas
<u>Unidad No. 3</u> Equipamiento Adecuaciones básicos Requerimientos especiales	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	2 horas
<u>Unidad No. 4</u> Manejo de queja y reclamo - Definición - Clasificación - Características y Equipamiento - Otros aspectos de interés	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	4 horas

Fuente: Observación Directa – Investigación propia.
Elaboración: El Autor

Atención y servicio al cliente

¿Qué es calidad?:

La calidad en el servicio al cliente es uno de los hitos más importantes que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas, sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza más, sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.

- El personal de la organización debe ser consciente de su compromiso ante el cliente.
- La cordialidad constituye una herramienta para la gestión, todos los esfuerzos estarán orientados hacia la mejora continua.

Ilustración 13. Resultados



Fuente: (Bravo, Monografías, 2017)

Elaboración: El Autor

Parámetros de calidad para una buena atención:

- **Hospitalidad.-** Es la cualidad que radica en dar un buen trato a nuestros conciudadanos.
- **Competitividad.-** Esta pugna entre empresas produce beneficios importantes para la sociedad en su conjunto.
- **Valor agregado.-** Son las características propias de cada lugar al que se visita, son los bienes y servicios que se implementan en cada lugar que lo hacen único.
- **Ética.-** La ética una virtud intrínseca del hombre que afianza sus creencias en la justicia y la verdad.
- **Oferta turística.-** La oferta turística se refiere a los bienes o servicios que puedan ser para el consumo de los turistas y de esta manera satisfacer sus expectativas.

Normas de Atención y Servicio al Cliente

Para éste apartado se consideró elaborar una tabla de los once pasos pertinente a considerar en la atención al cliente estableciendo la norma o política a implementar, el criterio de acción y consideraciones prioritarias, todo ello basado en las observaciones directas realizadas en las visitas in situ a cada una de las hosterías de la parroquia.

Pasos para una buena atención al cliente.- El proceso indica los once pasos fundamentales para la atención de calidad al usuario de los servicios turísticos.

1. Trabajar en conocer al cliente y las necesidades que tiene
2. Considera tu imagen personal como parte del servicio
3. Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los clientes
4. Ten una amable, y siempre demuestra cortesía
5. No digas no, busca una solución
6. Escucha con atención y exprésate con claridad
7. Convierte las quejas en oportunidades para mejorar

8. Respeta a tus compañeros y trabaja en equipo
9. Se debería en aprender y mejorar habilidades y conocimientos
10. Conoce bien el lugar en el que desarrollas la actividad económica
11. Ser capaz de ponerse en el lugar del cliente

Manejo de Quejas y Reclamos

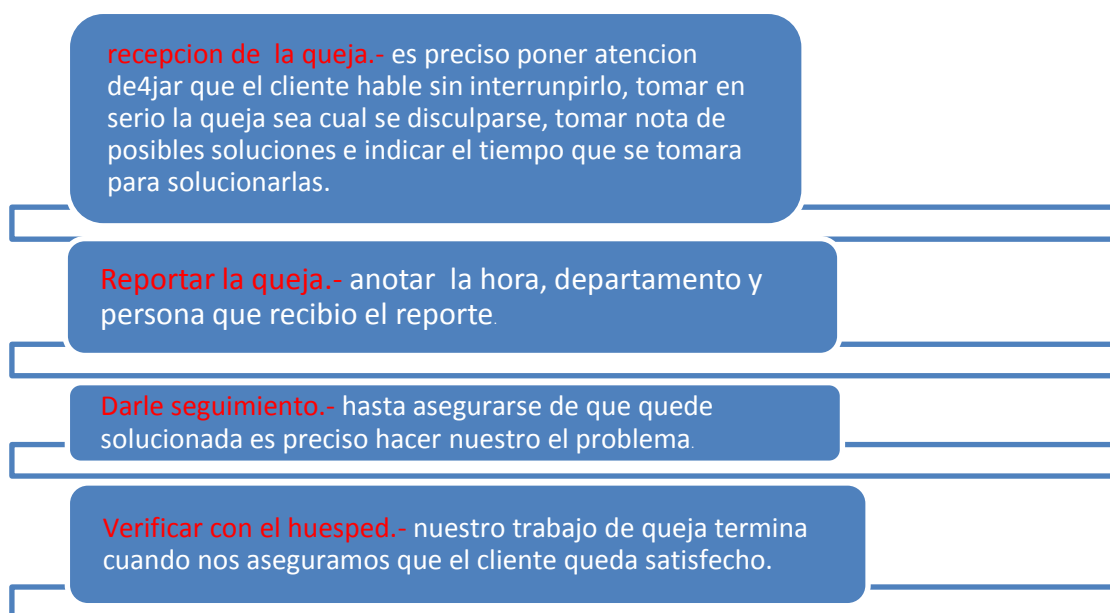
Este es un proceso complejo, que requiere escucha activa, cooperación y ánimo de servicio, por tanto es importante abordar algunas conceptualizaciones, previo a conocer el proceso de resolución de inconvenientes.

- **Queja.-** Según lo determina el diccionario de la Real Academia Española (2014): “Expresión de dolor, pena o sentimiento. Resentimiento, desazón. Acción de quejarse”. Es una situación mucho más comprometedora, pues es sinónimo de una falencia ya sea del servicio o las instalaciones.
- **Reclamo.-** reclamar es oponerse a algo de palabra o por escrito, expresando una queja o disconformidad. La acción y efecto de reclamar se conoce como reclamación o reclamo. Por ejemplo: “Voy a elevar un reclamo a la gerencia ya que no estoy conforme con la atención que me brindaron”, “La empresa no acepta reclamos una vez que el cliente ha comprobado la calidad del producto”, “La operadora ha recibido miles de reclamos ante el aumento de tarifas”.
- **Sugerencia.-** La Real Academia Española (2014) señala lo siguiente: “Es una propuesta u observación sobre un acontecimiento, acto o hecho con la finalidad de mejorarla, para ser tomada en cuenta y que, si procede, se incorporará al funcionamiento ordinario”.

Proceso para Resolución de Inconvenientes

El proceso para manejar éstas situaciones, requiere experticia y conocimiento, pero también la voluntad de las partes involucradas, para un mejor conocimiento del tema se lo ha ejemplificado a través de una imagen formativa, que indica paso a paso el procedimiento a seguir.

Ilustración 14. Manejo de queja y reclamo Para manejar una queja se deben seguir cuatro pasos



Manejo adecuado del mobiliario

▪ Infraestructura

Al ser Vilcabamba un lugar privilegiado, es necesario brindar amplios espacios de recreación con una infraestructura acorde al entorno (cabañas rusticas, piscinas naturales, jardines).

- **Menajes**

Materiales y herramientas del que se equipa la hostería, siempre es buen que se encuentre en óptimas condiciones (loza, cubertería, cristalería).

- **Blancos**

Importante darle un mantenimiento constante (sábanas, edredones manteles).

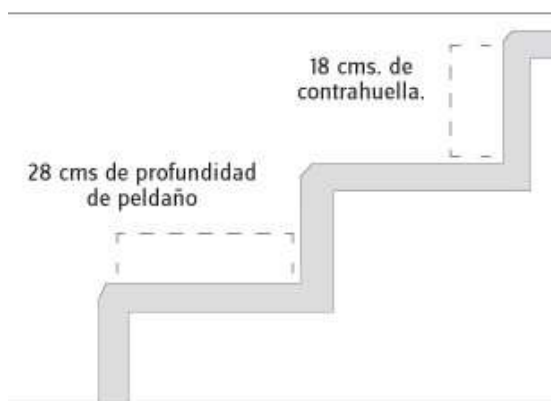
- **Servicios adicionales de las hosterías**

(Piscina, jacuzzi, sauna, paseos a caballo, vista periférica, montaña, camping.)

Equipamiento y manejo de instalaciones para personas con capacidades especiales

Hay establecimientos que poseen instalaciones, que puedan ser usadas con seguridad por niños, ancianos, personas no videntes o aquellos que sufren de algún tipo de dificultad para desplazarse, las escaleras deben tener las siguientes características:

- Ser de un material antideslizante tanto en seco como en mojado.
- Tener un ancho mínimo de 1.20 mts.
- Escalones correctamente proporcionados: la huella (profundidad del peldaño) no debe tener menos de 28 cms., y la contrahuella (altura del peldaño) no más de 18 cms. La relación óptima es 2 contrahuellas + 1 huella = 60 a 65 cms.
- Si se trata de una escalera de uso público, con pasamanos a ambos lados.
Con una franja de distinta textura y color al inicio y final de la escalera.



Ejercicio Práctico

- **Dramatizar el proceso de Atención al Cliente, en los siguientes casos:**
 - a) Cliente molesto e insatisfecho.
 - b) Cliente indeciso.
 - c) Cliente con capacidades especiales.

Reflexión:**Análisis y Discusión:****Conclusiones:**

Autoevaluación No. 2

Se entregará un formato impreso tanto para la evaluación de contenidos como para la autoevaluación de la de aprendizaje.

Conteste las siguientes preguntas de acuerdo a lo aprendido en el taller.

1 ¿Desde su punto de vista defina calidad?

.....
.....

2 ¿Enumere los once pasos para una buena atención de calidad?

.....
.....

3 ¿Cuáles son los parámetros para la atención de calidad?

.....
.....

4 ¿Dentro de las normas de atención al cliente que representa el criterio del cliente?

.....
.....

5 ¿Por qué es importante el manejo de quejas y reclamos?

.....
.....

TALLER NO. 3

Tema: Manejo Turístico Ambiental

Ilustración 15. Manejo ambiental



Fuente: https://i.ytimg.com/vi/BJH9_IVK4ds/maxresdefault.jpg

Objetivo General: Concientizar a los operadores turísticos sobre la importancia que tiene el cuidado ambiental dentro del desarrollo turístico de la parroquia.

Tabla 4.
Taller No. 3 - Manejo Turístico Ambiental
Plan de Trabajo

CONTENIDOS	METODOLOGIA	RECURSOS	Tiempo
<u>Unidad No. 1</u> Mantenimiento del establecimiento turístico - Definiciones Generales - Importancia - Características	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	4 horas
<u>Unidad No. 2</u> Desperdicios y conservación del medio ambiente - Definiciones Generales - Importancia - Normas y manejo	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	4 horas
<u>Unidad No. 3</u> Conservación del medio ambiente - Definición - Parámetros - Otros aspectos de interés	Clase Magistral Foro Conversatorio Casos de Estudio Análisis de Video Formativo	Documento de Estudio Diapositivas Videos	4 horas

Fuente: Observación Directa – Investigación propia.

Elaboración: El Autor

Mantenimiento del Establecimiento Turístico

Áreas Físicas

Todas las instalaciones se deben mantener en perfectas condiciones, piscina, habitaciones, baños, patios etc.

- Asepsia y cuidado del personal.
- Cuidado y presentación de las instalaciones con el adecuado asesoramiento ambiental.

Áreas Comunes

(Pasillos/ salas de estar, piscina, sauna, turco, áreas recreativas, parqueaderos)

Otros Aspectos de interés

- Contar con un botiquín, adecuadamente equipada.
- Tener contactos de médicos o asistentes de enfermería en caso de emergencia.
- Contar con personal capacitado en primeros auxilios

Control de la contaminación ambiental

Ruido

El ruido es el factor principal por la que los turistas buscan lugares tranquilos libres de contaminación auditiva y que les permitan liberarse de la contaminación sonora que existe en su medio.

Ilustración 16. Ruido



Fuente: <http://elblogdelmago.com/wp-content/uploads/2016/03/contaminacion-auditiva.jpg>

Desechos (manejo y cuidado)

Adecuado manejo de basura

El buen manejo de los desechos residuales tendrá que realizarse de acuerdo las normas establecidas por el ministerio del ambiente.

- Materia orgánica e inorgánica
- Buen manejo de los basureros públicos

Material tóxico

- Desperdicios de máquinas como aceite, pilas, baterías etc.
- Inyecciones, objetos corto punzantes, etc.
- Pesticidas, papel higiénico.

Ilustración 17. Residuos Sanitarios



Fuente: (Bravo, 2017)
Elaboración: El Autor

Parámetros para el buen manejo ambiental

1. Preservar las condiciones del lugar es tarea de todos

Es importante preservar las condiciones del lugar ya que la higiene es importante para todo turista ya que busca confort y comodidad sintiendo cómodo con la asepsia del lugar.

2. Horarios de carro de basura

Los horarios tienen que ser establecidos sin incomodar al huésped, de preferencia en horas nocturnas.

3. Expendio y manejo de botellas en el sector

Establecer un manejo adecuado en clasificar los desechos siguiendo las normas que exige el ente regulador en este caso el ministerio del ambiente.

Ilustración 18. Manejo de Residuos



Fuente: <https://image.slidesharecdn.com/reciclaje-150412140646-conversion-gate01/95/reciclaje-7-638.jpg?cb=1428847672>

Primeros auxilios

Los primeros auxilios son la ayuda básica y necesaria que se le otorga a una persona que ha sufrido algún tipo de accidente o enfermedad hasta la llegada de un médico o profesional paramédico que se encargue de la situación, esto con el fin de preservar la vida del paciente.

Ilustración 19. Primeros Auxilios: Convulsiones



Fuente: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/images/ency/fullsize/19590.jpg>

Autoevaluación No. 3

Se entregará un formato impreso tanto para la evaluación de contenidos como para la Autoevaluación de la de aprendizaje.

Conteste las siguientes preguntas de acuerdo a lo aprendido en el taller.

1 ¿Que representa la imagen y presentación del establecimiento para el cliente?

.....

.....

2 ¿Cómo se deben de manejar los desechos y residuos de un establecimiento turístico?

.....

.....

3 ¿Por qué es importante la conservación del medio ambiente en el turismo?

.....

.....

4 ¿Cuáles son los parámetros para el adecuado manejo ambiental?

.....

.....

5 ¿Que representa para usted el medio ambiente?

.....

.....

TALLER No. 4

Exposición Final

Los participantes deberán realizar un trabajo final, para cada establecimiento turístico participante, el cual será expuesto y socializado con el facilitador del curso. El mismo deberá contener lo siguiente:

- **Definir Potencialidades y Valores Agregados de la Hosterías “...”**
- **Indicar problemas existentes y plantear estrategias de mejora.**
- **Establecer motivaciones e incentivos para promover la visita de turistas locales, nacionales y extranjeros.**

Requisitos para Aprobar el Taller:

- Asistencia del 70%
- Participación Activa
- Presentación del Trabajo Final.

MODELO DE CERTIFICACION QUE SE ENTREGARÁ A QUIENES APRUEBEN EL TALLER.



Universidad Internacional del Ecuador

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
EXTENSION LOJA
Confiere el presente**

CERTIFICADO A

Por su destacada participación y aprobación en la Jornada Formativa “**BUENA PRÁCTICAS PARA LA ATENCION AL CLIENTE EN HOSTERÍAS DE VILCABAMBA**” desarrollada en la localidad de Vilcabamba, con una duración de 40 horas.

Loja, Octubre de 2017

Mgs. Johanna Vivanco Ochoa.
DIRECTORA UIDE Loja

Mgs. Pablo Abrigo C.
DIRECTOR Carrera GTMA

Sr. Juan Bravo I.
CAPACITADOR

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Realizado el diagnóstico se pudo identificar la necesidad de capacitar a los prestadores de servicios turísticos, de la parroquia Vilcabamba, puesto que se fomentará la actividad turística en el cantón. Se identificó 3 temas de importancia para prestadores de servicios: la introducción al turismo, la calidad de atención y el manejo o cuidado ambiental. En igual posición se mantienen los turistas señalando así que las temáticas: conceptos y conocimientos turísticos, servicio y atención de calidad al cliente y cuidado ambiental, se debería impartir en la capacitación para la mejora de los servicios turísticos en la parroquia.
- La existencia de servicios turísticos registrado en el Catastro de Establecimientos Turísticos 2013, del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Loja donde se determinó la existencia de 6 establecimientos legalmente registradas como prestadores de servicios turísticos en este caso las hosterías registradas.
- La ejecución de la capacitación se requiere un capital de **USD 1000.00**, el cual incluye el pago de material POT, logística y alimentación; para su desarrollo se trabajará bajo el modelo de cooperación institucional, para lo cual se establecerá acciones de apoyo con la UIDE – Extensión Loja y el GAD Municipal así como la Junta Parroquial de Vilcabamba, lo que hace que la academia juegue u papel preponderante en el fortalecimiento turístico de la región.
- La parroquia Vilcabamba es uno de los principales destinos turísticos del cantón Loja, tanto sus hosterías como los servicios de transporte, muestran algunas ineficiencias que podrían mejorarse con la presentación de proyectos de capacitación para los empleados y trabajadores del lugar. La principal atracción de las hosterías de Vilcabamba son la vista panorámica, piscina, turco, sauna, y los juegos de mesa; pues según los resultados que arroja la investigación se puede concluir que la gente que arriba a la Parroquia, la mayor parte de las veces busca una conexión con la naturaleza que caracteriza el lugar,

por lo que también es importante cuidar los recursos naturales, para el bienestar de todos quienes hacen una actividad económica de la belleza que ofrece Vilcabamba, la parroquia cuenta con una enorme riqueza cultural e historia, además de un buen nombre a nivel de destinos turísticos a nivel mundial, por lo que es importante mejorar los parámetros de atención al cliente mediante la implementación de capacitaciones ya sea por parte del Gobierno o de las mismas empresas que se sitúan en aquel lugar, la parroquia es visitada por personas de todo el mundo, por lo que es necesario aprender otro idioma y por qué no varios idiomas que puedan ofrecer al cliente la posibilidad de una mejor comunicación. El nivel de atención no solamente debe mejorarse en las hosterías de Vilcabamba, sino en todo el aparataje turístico del lugar, pues los transportistas también son punto clave de un mejor desarrollo económico del lugar, porque ellos representan la primera imagen que obtiene el turista al abordar un medio de transporte para llegar a Vilcabamba, por lo que las capacitaciones a las que hago mención también deberían enfocarse a los transportistas en general.

- Con esto se puede concluir que el trabajo de investigación representa lo aprendido durante el transcurso pre profesional y que será empleado o desarrollado de la mejor manera para corregir las falencias de nuestra hermosa parroquia de Vilcabamba y del sector turístico q será a futuro eje fundamental de la economía de la provincia y del Ecuador.

5.2 RECOMENDACIONES

- Creo que las empresas del lugar, como las autoridades del cantón y provincia de Loja, deben establecer programas de capacitación obligatoria para todos los empleados y trabajadores de las hosterías que desarrollen su actividad económica, pues es más que necesario el mejoramiento de la calidad de atención, para que las hosterías amplíen el rango de actividades, el turista pueda disfrutar de su estancia en el lugar que ha elegido, ya que esto beneficiara en forma indiscutible, no sólo al establecimiento, sino para quienes emprenden en dicho lugar, ya que en su mayor parte son informales.
- Las autoridades involucradas deben brindar mayor atención al patrimonio natural y cultural de la parroquia Vilcabamba, ya sea fomentando el número de actividades artísticas y culturales como a la preservación del medio ambiente, que es la principal fuente de atracción turística con la que cuenta dicho lugar, también los comerciantes y empresarios de la parroquia, deban aprender como idioma básico el inglés, puesto que es un idioma universal, y al lugar llegan personas de todas las latitudes del planeta.
- Los propietarios y administradores de las hosterías, deben realizar el servicio al cliente, siempre pensando de manera proactiva y eficaz, razón por la cual es necesario que se genere una conciencia actitudinal que motive al personal administrativo y operativo brinden trabajo a las personas, no sin antes una previa y completa capacitación de sus trabajadores y no solamente una vez, las capacitaciones deberán ser constantes y realizarse acciones de verificación y seguimiento, para que la empresa del turismo sea la principal fuente de ingreso que tienen nuestros pueblos y que será la riqueza a futuro de nuestro país.

VI. REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

- Blázquez Carmona, F., Devesa del Prado, A., & Cano Galindo, M. (1999). *Diccionario de término éticos*. Navarra, España: Verbo Divino.
- Briones, G. (1982). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. México: Trillas.
- Bustamante, L. S. (1994). *Políticas sociales y pobreza*. Quito: Corporación de Estudios para el Desarrollo- CORDES.
- Brito, M. (2017). *Atención al Cliente en las Empresas Turísticas*. México: Trillas.
- Cartografía, Gobierno Provincial de Loja. (2008). Cartografía Base del Gobierno Provincial Loja.
- Cultura Lojana. (2017). *Sobre Loja*. Obtenido de <http://www.culturalojana.com/sobre-loja/>
- El Pensante. (17 de marzo de 2016). *La investigación exploratoria*. Obtenido de <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-exploratoria/>
- Fernández, F. F. (1989). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid: Alianza Española.
- Flores, R. (19 de septiembre de 2013). *Prezi*. Obtenido de El Método explicativo: <https://prezi.com/xc4qlr7lwwul/el-metodo-explicativo/>
- GAD de la Parroquia Vilcabamba. (2011). *Pla De Desarrollo y Odenamiento Territorial Vilcabamba*.
- Goodman, M. E. (1972). *El individuo y la cultura, conformismo Vs. evolución*. Texas: Pax-México.
- Hernández, C. (2015) *Calidad en el Servicio*. México: Trillas.
- Izhcailuma Hostería. (s.f.). *Página Oficial de la hostería Izhcailuma-Vilcabamba*. Obtenido de <http://www.izhcayluma.com/es/>
- Korstanje, M. E. (2013). *Ciencia de la hospitalidad: un nuevo aporte epistemológico para comprender el objeto del turismo*. Obtenido de www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1331/index.htm
- Leff, E. (1994). *Ecología y apial*. México: Siglo XXI.
- Madera, S. (14 de noviembre de 2007). El valle ecuatoriano de la longevidad. *El País*.
- Olveana, I. (2017) *El Cliente y la Calidad de Servicio*. México: Trillas.
- Pérez, PÁG. PÁG. (2016). *Definición.De*. Obtenido de (<http://definicion.de/attractivo-turistico/>)

- Perez, PÁG., & Gardey, A. (2008). *Definición.De*. Obtenido de (<http://definicion.de/hospitalidad/>)
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (Vigésimotercera ed.). Madrid, España: Espasa.
- Seco Reymundo , M., Andrés Puente, O., & Ramos Gonzáles, G. (2008). *Diccionario del Español Actual* (Vol. I). Madrid, España: Santillana Ediciones Generales, S.L.
- Signes de Mesa, J. I., Torres Fernandez , I., & Fuentes Naharro, M. (2013). *Derecho de la Competencia*. Madrid, España: Civita.
- Singer, PÁG. (2000). *Compendio de Ética*. Madrid, España: Alianza.
- Toledo, V. C. (2009). Vilcabamba saludable. *Revista Histórica*, 5.
- Torres, D. A. (2013). Turismo y sostenibilidad. Una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística. *Investigaciones Turísticas*, 163.
- Tonforme, B (2015) *Calidad en las Empresas Turísticas*. Eduforme. España.
- Wilcox, C. (1971). *Hacia la prosperidad social*. México: LIMUSA.
- Wikipedia-La Enciopedia libre. (2011). *Loja Ecuador*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Loja_\(Ecuador\)#Historia](https://es.wikipedia.org/wiki/Loja_(Ecuador)#Historia)

IV. ANEXOS

Anexo 1. Encuestas



CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE

ENCUESTA

Distinguido encuestado, agradeciendo de antemano se sirva a contestar la presente encuesta, emitiendo su valioso criterio, el cual me permitirá obtener información para realizar mi tesis denominada, “Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la parroquia Vilcabamba”

1. ¿Ha visitado la parroquia Vilcabamba, y qué criterio le merece dicho destino turístico?

- ☐ SI
☐ NO

CRITERIO.....

2. ¿Con qué frecuencia ha visitado la parroquia Vilcabamba?

Siempre	
Casi siempre	
Regularmente	
Casi nunca	

Otros.....

3. ¿Entre las siguientes hosterías de la parroquia Vilcabamba, qué hostería ha podido conocer o visitar?

El Descanso del Toro	
Paraíso	
Vilcabamba	
Izhcayluma	
El Descanso de Ramsés	
Las Ruinas de Quinara	

4. **¿En qué categoría califica usted la atención y servicios recibidos en las hosterías de Vilcabamba?**

EXCELENTE	
MUY BUENA	
BUENA	
REGULAR	
MALA	
PÉSIMA	

¿Por qué?

.....

5. **¿En su visita a la parroquia Vilcabamba, cuáles son los servicios a los que más accede?**

Habitaciones	
Bares	
Restaurantes	
Piscina	
Actividades turísticas	

Otros.....

.....

6. **¿Considera importante mejorar el servicio en las hosterías de la parroquia Vilcabamba?**

☐ SI
☐ NO

¿Por qué?.....

.....

7. **¿Considera usted que los precios por los servicios brindados en las hosterías de la parroquia Vilcabamba, son exequibles para los visitantes?**

☐ SI
☐ NO

¿Por qué?

.....

8. **¿Cree que al momento de llegar a la parroquia Vilcabamba, existe la suficiente información de los lugares que están a la disposición para albergar al turista?**

☐ SI
☐ NO

¿Por qué?

.....

9. ¿Cuál es el medio de transporte más usual que ofrece la localidad, para llevar a las personas a los destinos turísticos de Parroquia?

Taxi	
Vehículo particular	
Bicicleta	
Cooperativa de transporte	
Moto	

Otros.....

10. ¿Considera que los servicios sociales públicos como los hospitales, centros de salud, transporte, seguridad vial, seguridad deben mejorar?

- ☐ SI
☐ NO

¿Por qué?

11. ¿Considera necesario que el turista cuente con más información acerca de las hosterías, los servicios y tarifas que éstas ofrecen al público?

- ☐ SI
☐ NO

¿Por qué?

12. ¿Cuáles son las actividades de las que usted ha hecho uso en las hosterías de Vilcabamba?

Paseos a caballo	
Excursiones	
Sauna, Turco, Piscina etc...	
Vista periférica	
Juegos de mesa	

Otros.....

13. ¿Considera que los recepcionistas de las hosterías de Vilcabamba deben saber más de un idioma?

- ☐ SI
☐ NO

¿Por qué?

14. ¿Considera que se deberían implementar un mejor servicio en las hosterías de Vilcabamba?

- ☐ SI
☐ NO

¿Por qué?

Gracias por su colaboración.

Anexo 2. Anteproyecto

TEMA

Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de Parroquia Vilcabamba.

INTRODUCCIÓN

PLANTEAMIENTO, FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA:

Vilcabamba es el principal atractivo para turismo de salud, se encuentra a 41 Km de Loja, es conocida en el mundo como la ISLA DE LA LONGEVIDAD porque en este lugar encontramos personas que sobrepasan los 100 años, muchos científicos a nivel mundial han realizado investigaciones sobre su clima, su agua y otros elementos para determinar las razones por las cuales las personas sobreviven tantos años. Es así que Vilcabamba adquirió fama y en la actualidad se encuentra llena de turistas de todo el mundo, los cuales vienen a pasar un gran periodo de estadía y esto ha creado fuentes de trabajo para el sector turístico es así que muchas personas no capacitadas ni profesionales en el ámbito turístico han creado establecimientos turísticos sin tener conocimientos en esta área, por tal motivo ha crecido la demanda de turistas nacionales como extranjeros, por eso creemos conveniente realizar un Análisis del nivel de atención al cliente en las hosterías de la Parroquia Vilcabamba, para determinar la estrategia más adecuada para mejorar la calidad de atención al turista.

Justificación del proyecto:

El nivel adecuado de atención que se tiene que brindar al cliente, porque en la actualidad el turista es cada vez más exigente y valora mucho los lugares en el que recibe una buena atención ya que es la primera imagen que todo turista ve al llegar a su destino, no olvidemos que cuando un cliente compra, no sólo compra productos y servicios, compra deseos. Es por eso que se necesita del análisis de atención y el buen manejo del potencial turístico enfocado a la calidad de atención que se debe prestar.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Analizar el nivel de atención al cliente en las hosterías de la Parroquia Vilcabamba.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Realizar un diagnóstico situacional de la realidad actual de las hosterías de Parroquia de Vilcabamba.

Determinar el nivel de atención al cliente en cada una de las hosterías de la Parroquia Vilcabamba.

Desarrollar una propuesta integral, como estrategia para llevar a cabo el proceso de atención al cliente en las hosterías de la Parroquia Vilcabamba.

MARCO REFERENCIAL:

MARCO TEORICO

Vilcabamba ha recibido apropiadamente los nombres de: "Isla de Inmunidad para las enfermedades del corazón", "El país de los viejos más viejos del mundo", "Centro mundial de curiosidad médica y periodística", "Isla de Longevidad"; donde los cardíacos consiguen mejoras en su salud y donde vivir más de 100 años resulta cosa común.

La mayoría de las viviendas están construidas de tapia, adobe y madera, con patios interiores y extensos portales; su gente es muy amable. En la calle principal de Vilcabamba la arquitectura de los 50 todavía se mantiene. Las casas en su mayoría son de madera y tejas y las calles empedradas.

MARCO CONCEPTUAL

ASERTIVIDAD: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para

poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista. Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

AUDITORIA: es el mecanismo que tiene una compañía para revisar si cumple con el requerimiento legal e interno según su reglamento interno, para brindar un buen servicio.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

BUZÓN DE SUGERENCIAS: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

CADENA DE SATISFACCIÓN: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

CICLO DE SERVICIO: Es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

CLIENTE: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

COMPETITIVIDAD: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

CULTURA ORGANIZACIONAL: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

DISPOSICIÓN: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

EMPODERAMIENTO: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

ESTÁNDARÉS: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades. Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

ENCUESTA: son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

ESTRATEGIA: es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

ÉTICA: ser correcto y actuar bajo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

GARANTÍA DE LA CALIDAD: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

GESTIÓN: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

INSATISFACION: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

MISIÓN: compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevar a cabo la función o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario para cumplir con su compromiso con la sociedad.

Eduturismo, (22/04/17) <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

SERVUCCIÓN: Producción de los servicios. Asigna el proceso de creación del servicio. Esta teoría se denomina con un neologismo formado por dos términos: servicios y producción. Basa sus fundamentos en la Teoría de los Sistemas.

Utntyh, (22/04/17) www.utntyh.com/alumnos/wp.../Glosario-de-la-Actividad-Turística-y-Hotelera.doc

SINGLE: Una habitación pequeña en la cual hay una sola cama, ya casi no existen, pero en algunos lugares las hay de acuerdo a la estructura civil del edificio.

Utntyh, (22/04/17) www.utntyh.com/alumnos/wp.../Glosario-de-la-Actividad-Turística-y-Hotelera.doc

SKIP: El huésped abandona el hotel sin pagar su cuenta y sin registrar su salida.

Utntyh, (22/04/17) www.utntyh.com/alumnos/wp.../Glosario-de-la-Actividad-Turística-y-Hotelera.doc

SPA: Sigla de la palabra italiana "Salute per Aqua" que se refiere a los tratamientos con aguas, en los centros balneoterápicos y de aguas termales. Es uno de los segmentos con crecimiento más rápido dentro del sector hotelero. Los Spas son una especie de Resort pero donde consienten al pasajero (por ejemplo proporcionan distintos tipos y técnicas de masajes, comidas saludables, actividades para ponerse en forma, etc.). Algunos son hoteles resort convencionales, que cuentan con spa o servicios similares al spa. En Europa, los spas son más simples y se enfocan básicamente a la salud.

Utntyh, (22/04/17) www.utntyh.com/alumnos/wp.../Glosario-de-la-Actividad-Turística-y-Hotelera.doc

SPRINKLERS: Sistema de cañería que permite extinguir el fuego rociando con agua desde el techo de la habitaciones o áreas públicas. Este sistema está relacionado con la alarma de incendios y los detectores de humo.

Utntyh, (22/04/17) www.utntyh.com/alumnos/wp.../Glosario-de-la-Actividad-Turística-y-Hotelera.doc

STAYOVER: El huésped que atrasa su salida por una noche o más.

Utntyh, (22/04/17) www.utntyh.com/alumnos/wp.../Glosario-de-la-Actividad-Turística-y-Hotelera.doc

MOMENTO DE VERDAD: es el contacto físico que tiene el cliente con la organización donde sabemos cómo se prestara el servicio a cada uno de los clientes.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

MOMENTO ESTELAR: esto se lleva a cabo cuando el cliente ya tiene lo que estaba buscando, llevándose una buena imagen de la empresa y del servicio que se prestó.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

MOMENTO CRÍTICO: se llama así cuando el usuario se lleva una mala imagen de la empresa o negocio al que está acudiendo llenándolo de insatisfacción y enojo en algunos casos.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

QUEJAS: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

RESARCIMIENTO: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

REINGENIERÍA: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. Es hacer lo que se está haciendo pero hacerlo bien.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

SERVICIO: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

SERVUCCION: la unión de servicio al cliente, calidad y satisfacción es lo que nos conlleva a un cliente satisfecho.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

SISTEMA: es la forma de manejar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa, para ordenar el funcionamiento de una colectividad.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

VALOR AGREGADO: son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia, esto hace darle un mayor valor que le brinda a la empresa o negocio diferenciarse en el mercado.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

VISIÓN: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, estas se realizan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

AGENCIA DE VIAJES: Empresa o negocio que da servicio al consumidor final (viajero). Puede vender paquetes de viajes y servicios turísticos por separado, tales como: venta de noches de hotel, renta de autos, tours o excursiones, reservación en restaurantes, venta de boletos de avión y/o paseos en cruceros.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

CENTRO HISTÓRICO: Núcleo central de un área urbana, normalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural; encierra la mayor parte de la historia de una ciudad. A partir de este, se comienza a construir cualquier ciudad.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

CENTRO TURÍSTICO: Espacio territorial dotado de bienes y servicios turísticos, con capacidad para motivar y atender una demanda significativa.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

CENTRO VACACIONAL: Unidad equipada con bienes y servicios turísticos, concentrados en un área delimitada y equipada para la atención de grupos de turistas.

Le irelarraiza, (23/04/17) <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

CHARTER: Contratar el uso exclusivo de cualquier avión, autobús u otro vehículo.

Le irelarraiza, (23/04/17) <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

CIRCUITO TURÍSTICO: Recorrido turístico con regreso al punto de partida pero sin pasar dos veces por el mismo lugar.

Le irelarraiza, (23/04/17) <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

CONSOLIDADOR: Una persona o empresa que forma grupos para realizar excursiones; al llevar un grupo de personas al viaje tiene la posibilidad de aumentar las ventas, ganar o cortesías.

Le irelarraiza, (23/04/17) <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

CORREDOR TURÍSTICO: Vía de comunicación entre dos o más centros turísticos, sirve como espacio de desplazamiento para corrientes turísticas. Ejemplo: Carreteras o caminos.

Le irelarraiza, (23/04/17) <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

CULTURA: La suma total del comportamiento y las formas de vivir de un asentamiento de seres humanos que es transmitido de generación en generación.

Le irelarraiza, (23/04/17) <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

DESTINO: Lugar geográfico al que llega un viajero, sin importar si pernocta o no. (OMT)

Le irelarraiza, (23/04/17) <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

ECOTURISMO: Viajes ambientalmente responsables a las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier elemento cultural, tanto pasado como presente), que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local.

Le irelarraiza, (23/04/17) <http://leirelarraiza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

FAM TRIP: Termino en inglés para referirse a un viaje de familiarización. Es una tarifa de viaje reducida o gratuita ofrecida a profesionales de viaje para que conozcan un destino, atracción u hotel con el fin de que después lo vendan a sus clientes.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

GDS: Siglas en inglés cuyo significado es: Global Distribución System; en español: "Sistema Global de distribución". Son sistemas tecnológicos utilizados principalmente por las agencias de viajes para reservar vuelos, habitaciones de hotel, renta de autos, entre otros servicios de la industria turística. En otras palabras, sirven como "compilador" de servicios turísticos entre las empresas que los ofrecen y las agencias de viajes. Los GDS más reconocidos son: Sabre, Travelport y Amadeus.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

HOSPITALIDAD : Termino muy general usado en la industria del Turismo que describe la "hospitalidad en la industria" y que normalmente se refiere a la manera en que se trata al huésped desde la bienvenida en recepción, el trato del personal, el servicio de alimentos y bebidas, etc.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

HOTEL: Inmueble construido para dar servicio de hospedaje a personas, generalmente durante sus viajes a un destino diferente al de su residencia. Depende de la categoría, pueden contar con servicio de restaurante, piscina, gimnasio, guardería, spa, entre otros.

Le irelarriza, (23/04/17) <http://leirelarriza.com/glosario-de-terminos-de-hoteleria/>

IATA: Asociación Internacional de Transporte Aéreo.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

INDUSTRIA TURÍSTICA: Conjunto de empresas, establecimientos y otras organizaciones cuya actividad principal es ofrecer bienes y servicios a los turistas. (OMT)

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

ITINERARIO: Descripción detallada de las actividades que se llevarán a cabo durante un viaje, incluye los horarios. Es común que tanto el viajero como el prestador de servicios turísticos tengan una copia.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

MOTEL: Vocablo formado a partir de las palabras en inglés "**motorist hotel**". El concepto se originó para describir alojamientos de hospedaje cerca de las carreteras a las afueras de la ciudad, donde viajeros en automóvil hacían uso de estos con el fin de descansar. Actualmente existen moteles en el interior de las ciudades; y en algunas partes de Latinoamérica el término se usa para referirse a establecimientos donde se tienen relaciones íntimas.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

OFICINA DE CONVENCIONES Y VISITANTES : Las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) son organismos público-privados enfocados (no exclusivamente) al segmento de Turismo de Reuniones, cuya labor principal es la promoción del destino turístico donde están establecidas; pero, también tienen dentro de sus funciones el desarrollo de productos turísticos y la capacitación a prestadores de servicios turísticos.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

PAQUETE TURÍSTICO: Un producto ofrecido al consumidor, que incluye al menos 2 elementos del viaje, cargados en el precio final. Estos elementos pueden ser el transporte, el hospedaje, los alimentos y/o visitas de ciudad, entre otros. Lo más común es que exista un precio y duración del viaje predeterminados con características únicas.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TARIFA: Precio final al que se vende al público un producto o servicio.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TARIFA CON DESCUENTO: (Hotelería) Cuando por algún motivo como incentivar el hospedaje, grupos de huéspedes, convenio o fechas especiales se hace una rebaja al precio normal de las habitaciones.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TARIFA GRUPAL: (Hotelería) También conocida como tarifa convenio. Precio que se le ofrece a empresas o particulares que llevan constantemente gente (grupos) al hotel.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TARIFA NETA: (Hotelería) Es aquella que incluye impuestos (IVA e ISH).

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TARIFA PÚBLICA: (Hotelería) Precio estipulado abierto al público de las habitaciones de un hotel.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TARIFA RACK: (Hotelería) Costo más caro al que se puede vender una habitación. Se ofrece generalmente cuando el hotel tiene mucha demanda y pocas habitaciones.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TIEMPO COMPARTIDO: Servicio que consiste en poner a disposición de una persona o grupo de personas, el derecho de un desarrollo turístico (ejem. casa habitación, departamento o cuarto de hotel) por un periodo de tiempo específico; mediante el pago de una cantidad convenida. Es un tipo de "compra" anticipada de vacaciones por un determinado número de años.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TOUR OPERADOR: Una compañía que crea y comercializa paquetes turísticos, los que pueden incluir transporte, alimentos, hospedaje, visitas de ciudad, etc. En la cadena de venta, los tour operadores normalmente venden a las agencias minoristas y no directamente al cliente final.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TURISMO: Se refiere a las acciones que realizan los visitantes a un destino turístico. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TURISMO DE NATURALEZA: Viajes cuya principal motivación es la experiencia y cercanía con la naturaleza.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

TURISTA: Visitante que pernocta en el destino al menos una noche. (OMT)

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

UPGRADE: Terminó usado en hotelería para referirse al hecho de que el huésped tendrá una mejor habitación que la que ha pagado o una mejor clase de servicio, por el mismo precio.

VISITANTE: Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. (OMT)

GASTO TURÍSTICO: Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino.

GOBERNABILIDAD: Es el conjunto de normas y principios a través de los cuales se organiza, se estructura y se gobierna un grupo de personas que interactúan con un interés específico.

GOBERNANZA: Organización para gobernar y ejercer el poder que genere gobernabilidad, bajo principios basados en las estructuras, procesos, reglas y prácticas de las interacciones entre los actores afectados por el ejercicio de gobierno; la manera de tomar decisiones en lo público, buscando la participación de diferentes actores locales.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

GUÍA DE TURISMO: Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado. Se conoce como profesional en el área de Guionaje o Guianza turística en cualquiera de sus modalidades, a la persona que esté inscrita en el Registro Nacional de Turismo, previa obtención de la correspondiente tarjeta profesional como guía de turismo, otorgada por la entidad u organismo que el gobierno designe.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

GREMIO: Entidad sin ánimo de lucro que agrupa a sectores aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo. Se entiende también por gremio, la organización regional que, formando parte del gremio nacional del sector aportante, tiene entidad y personería jurídica propias; es decir, diferentes a las de la nacional.

Por aquí, (23/04/17) <http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/R>

MATERIALES Y METODOS

UBICACIÓN

Vilcabamba en Quechua, HUILLOPAMBA, que significa “Valle Sagrado”, a 40 Km., de la ciudad de Loja, es un valle a 1.700 metros sobre el nivel del mar, regado por los ríos Chamba y Uchima. Sus casas están construidas con tapia, adobe y madera, con patios interiores y amplios portales. Se cultiva maíz, maní, plátano, tabaco, caña de azúcar, yuca, cítricos y frutales. Un alto porcentaje de su población llega a longevo, con sus facultades vitales intactas y no es raro encontrar un anciano centenario realizando faenas agrícolas como cualquier agricultor de 40 o 50 años. Es la razón por la cual se le conoce como “Isla de la longevidad” que llama la atención de los científicos y turistas. Atribuyen la buena salud de los longevos al agua de los ríos que la rodean, capaz de eliminar el colesterol y curar el reumatismo.

Su gente es tranquila y amable, en su mayor parte dedicados a la agricultura. Vilcabamba ha sido y es el lugar que ha llamado la atención de científicos. A este centro de curiosidad mundial, donde un alto porcentaje de la población alcanza a vivir más de 100 años. La retina de ancianos de más de 120 años, casi no existe diferencia alguna con la de una persona de 45 años que vive en la ciudad. En igual forma los análisis que se desprenden de los electrocardiogramas son sorprendentes; conservan sus arterias permeables y su corazón completamente sano.

Vilcabamba, ha merecido con justicia, los epítetos de: “Isla de Inmunidad para las enfermedades del corazón”, “El país de los Viejos más Viejos del Mundo”, “Isla de

Longevidad”, “ Centro mundial de Curiosidad Médica y Periodística”, “Isla de Longevidad, donde los cardiacos consiguen mejorar y donde vivir más de 100 años, resulta cosa común”.

La agricultura constituye la principal ocupación de los habitantes de Vilcabamba; utilizan el sistema de labranza de la tierra mediante el arado y actividades manuales.

Los pobladores de Vilcabamba consumen productos derivados de sus propias cosechas como papayas, plátanos, chirimoya, zarzamoras, mora y naranjas.

Vilcabamba tiene muchas actividades para ofrecer como: paseos, excursiones, trekking de caballo, ciclismo de montaña, es una ubicación ideal para fotógrafos, pintores, biólogos y observadores de pájaros.

Vilcabamba, ha servido de base para la promoción e investigación, por parte de médicos, científicos y naturalistas de todo el mundo, sobre la longevidad. Se desprende que son varios los factores que concurren para explicar el fenómeno de la longevidad en este Valle:

Plan de nutrición, para cuantificar y calificar todo alimento consumido.

- b) Condiciones de los huesos
- c) Condiciones del corazón
- d) Capacidades respiratorias

De todo este prodigioso estudio, se concluye que el secreto de Vilcabamba se debe a cinco factores:

Agua dura (golpeada)

Dieta con poca grasa

Dieta con alto contenido de fibra, y de magnesio que protege contra dificultades cardiovasculares.

Ejercicios físicos (trabajo) en los longevos y habitantes del lugar; y

El clima estable y sin mayores fluctuaciones térmicas.

CARACTERÍSTICAS EDAFOCLIMÁTICAS

En opinión de la mayoría de médicos y científicos venidos a Vilcabamba, respecto al clima coinciden en calificarlo como “excelente”. En la temperatura de Vilcabamba no ocurren cambios bruscos, ésta siempre se mantiene entre los 18 y 22 grados centígrados y este es un factor determinante para el normal funcionamiento del corazón.

No se puede fijar determinadamente la estación de las lluvias; pero generalmente comienzan en agosto y los aguaceros más fuertes son en Octubre, Noviembre y Abril. En la cordillera son frecuentes muchas lloviznas, por lo cual son tierras frías, húmedas y pantanosas; existe bastante madera pero es utilizada más como combustible que para la construcción.

DIVISIÓN POLÍTICA

Barrios / Comunidades	
Urbanos	San Francisco, Santo Domingo, Las Palmas, Eterna Juventud, Barrio Central, Los Huilcos
Rurales	Yamburara Bajo, Yamburara Alto, San José, Mollepamba, Izhcayluma Alto, Izhcayluma Bajo (Barrio Cuba), Cucanamá Alto, Cucanamá Bajo, Linderos, Santorum, Moyococha, Solanda, Tumianuma

Datos Generales y Geográficos	
Concepto	Descripción
Latitud	4° 15' 39" Sur
Longitud	79° 13' 21" Oeste
Extensión	157.26 km ²
Altura	1.700 m.s.n.m
Clima	Subtropical - Seco
Población	5.000 habitantes
Temperatura	20.3 ° C temperatura promedio
Distancia de Loja	40 Km
Límites	Norte: Sur: Este: Oeste:
Fiestas Cívicas	Fiestas de Parroquialización 1 de Septiembre
Fiestas Religiosas	Última semana de Julio - Sagrado Corazón de Jesús
Importancia Parroquial	Centro Turístico Internacional. Uno de los lugares, con mayor cantidad de longevos en el mundo. Tiene un Hospital Gerontológico, y produce cultivos de ciclo corto: maíz, fréjol y frutales.

MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: IGM

Diseño: JUAN BRAVO

MATERIALES

LABORATORIO

GPS

OFICINA

Folletos

Libros

Periódicos propios

Suplementos

METODOS

Los métodos de investigación en Turismo tiene por objeto formar las técnicas y métodos de investigación necesarios para la actuación en el sector. Así, el investigador aprenderá a interpretar la realidad del sector turístico en términos de datos. El manejo de los métodos de investigación en turismo permitirá al futuro tomar decisiones eficientes y gestionar el conocimiento.

COMPETENCIAS GENERALES

Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.

Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.

Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.

Convertir un problema empírico relacionado con el ámbito turístico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.

Tener una marcada orientación de servicio al cliente vinculado al sector turístico.

Reconocer los principales agentes turísticos.

Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.

Manejar técnicas de comunicación que se puedan aplicar al mundo del turismo.

Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.

Conocer el procedimiento operativo del ámbito de las actividades de alojamiento.

Conocer el procedimiento operativo del ámbito de las actividades de restauración.

Conocer los procedimientos operativos de las empresas y actividades de intermediación.

Analizar los impactos generados por el turismo.

Comprender un plan público turístico y las oportunidades que se derivan para el sector privado.

Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.

Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación de la actividad turística.

Trabajar en medios socioculturales diferentes vinculados al entorno turístico.

Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.

Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural.

Habilidad para dirigir y gestionar empresas turísticas, especialmente, aquellas vinculadas a la dirección hotelera.

Capacidad para planificar, gestionar y coordinar áreas vinculadas al sector turístico en administraciones públicas derivadas de ámbitos gubernamentales diferentes.

Capacidad de análisis de la realidad turística española prestando especial atención a los cambios en la oferta y la demanda, así como al estudio de los principales flujos turísticos.

La actividad turística ha sido depositaria de múltiples calificaciones, como generadora de empleo, generadora de divisas, multiplicadora de beneficios. Más allá de estas calificaciones, la simple observación de la realidad concreta de muchos de los destinos turísticos de nuestro país, ha permitido en la comunidad científica de la ciencia turismológica orientar estudios que resuelvan los problemas que se generan en el proceso de producción de esta actividad.

La investigación turística se inicia a partir de la acumulación de los conocimientos generados en la realidad, su identificación nace de las características y naturaleza del producto turístico, cuya estructura se delimita a partir del atractivo, la facilitación y la accesibilidad que se desarrolla en un determinado mercado receptor tomándose en cuenta la localización del recurso turístico, para su posterior delimitación del espacio físico y turístico, para luego dar inicio al proceso de categorización de los recursos existentes en el mercado materia de estudio, permitiendo así realizar la jerarquización y priorización del recursos turísticos identificado en este proceso, finalmente se determinará la posibilidad de proponer el acondicionamiento que demande el atractivo o servicio turístico del mercado en el que se desarrolle la actividad turística.

La gestión del turismo desde el ámbito de la superestructura, requiere de una investigación que aborde integralmente la problemática, en el conocimiento de sus causas generales y específicas. Es una labor integral que abarca, desde la identificación de las características que deben mostrar los productos y destinos turísticos sobre la base de un conocimiento de las tendencias del mercado, hasta la presencia propiamente dicha de la imagen turística en las diferentes categorías del producto turístico.

Otro de los aspectos importantes que se debe tomarse en cuenta para realizar un adecuado proceso de investigación turística, es conocer la demanda del flujo de turistas, su perfil, orientando un adecuado estudio de las psicografías, indicadores que nos permitirán plantear teorías de motivación.

No podemos sustraernos del recurso humano porque es otro de los aspectos que revierte importancia en el proceso de desarrollo de la actividad turística, así mismo es importante su estudio en las diversas instituciones involucradas en el sector turismo.



Tema: Puerta principal de Vilcabamba
Autor: Jose landangui

Vilcabamba es conocida a nivel nacional e internacional como “El valle sagrado”, “Valle de la eterna juventud”, “Valle de la longevidad”, porque habitan adultos mayores que sobrepasan los 100 años, esto por el clima, ambiente y agua del sector, sin contar una de las creencias como es el hábito de “Los tres tempranos”:

“La gente se levantaba temprano, la comida también era servida temprano y dormían tempranamente”, esto, se cree era una de las causas de la edad que llega a cumplir aquí la gente.

La parroquia tiene 4.778 habitantes, de los cuales 2.365 son hombres y 2.413 son mujeres. La parroquia está conformada por los barrios siguientes: San Francisco, Santo Domingo, Las Palmas, Eterna Juventud, barrio Central, Los Huilcos, Yamburara Bajo, Yamburara Alto, San José, Mollepamba, Izhcayluma Alto, Izhcayluma Bajo (barrio Cuba), Cucanamá Alto,

Cucanamá Bajo, Linderos, Santorum, Moyococha, Solanda y Tumianuma, sus fiestas de Parroquialización es el 29 de mayo.

Actividades productivas y económicas:

Los moradores de la parroquia se dedican a la crianza y venta de ganado especialmente vacuno para leche y carne; porcino y caballar; además, a la crianza de aves de corral.

En el ámbito agrícola, hay una gran producción de cultivos de café, caña de azúcar, también se cultivan gramíneas, legumbres, verduras y una gran variedad de frutas.

Su gente también realiza artesanías como bisuterías, jabones y champús natural, pinturas, esculturas de madera, tambores, entre otros.

Además se elabora el tradicional chamico, que consiste en una hoja de tabaco procesada de forma artesanal y orgánica. Al ser considerada una parroquia turística, la actividad comercial toma vital importancia.

Sin duda, la gastronomía de Vilcabamba es uno de los motivos que incita al turismo, aquí los platos típicos son el deleite de los visitantes: la deliciosa sopa de arveja con guineo, cecina de chanco, estofado de pollo, seco de chivo, caldo de gallina criolla, cuero con papa, sancocho, miel con quesillo, menestras, el típico café filtrado, mote, humitas, tamales y sango, hechas de manos vilcabambenses, atraen a propios y extraños.



Tema: vista panorámica de Vilcabamba
Autor: Jose landangui

Vilcabamba es conocida en el mundo como la “Isla de la longevidad”. Se cree que el clima y el agua tienen propiedades curativas para las enfermedades del corazón.

Enclavado en la mitad del valle se encuentra el cerro Mandango o “Dios Acostado”, este montículo tiene la forma de una pirámide de la cual se cuentan una serie de fábulas y leyendas.

El parque recreacional Yamburara, con una extensión de 32.530 km², es un ambiente recreacional propio para el descanso y la sana diversión.

El territorio posee ríos como el Capamaco y Yambala, el Bosque Protector Rumi Wuilco y cascadas como Agua del Hierro, que se considera un sitio de leyenda.

Las principales festividades que se viven en esta parroquia son el tradicional carnaval, las fiestas de parroquialización en mayo, las últimas semana de julio son las fiestas en honor al Sagrado Corazón de Jesús, la última semana de septiembre se dedica en honor al Señor de la Buena Esperanza y el 13 de octubre, fiestas en honor a la Virgen de Fátima y Señor de la Justicia en Izhcayluma.

Recientemente, Vilcabamba recibió un reconocimiento nacional por la producción del documental “El valle sagrado”, donde se muestra las bondades turísticas, gastronómicas y culturales que posee Vilcabamba, el Gobierno Autónomo Descentralizado de esta parroquia recibió el premio de oro en el VII concurso audiovisual de promoción turística “Cuatro mundos” que se cumplió en el marco de la Feria Internacional de Turismo en Ecuador (FITE), realizada en Guayaquil.

Otro de los factores por el cual Vilcabamba es concurrido, masivamente, son sus bares y discotecas. Javier Sanmartín, propietario de “Brakes bar”, manifestó que el sitio se ubica a la entrada de la parroquia y aprovechan justamente que Vilcabamba es un lugar turístico para promocionar el bar.

“Brakes bar”, por más de cuatro años, ofrece a la ciudadanía música en vivo. Aquí, artistas y bandas reconocidas a nivel local y nacional han pasado por este escenario; para Sanmartín,



Tema: cerró Mandango
Autor: Jose landangui

El espacio se constituye en una puerta para los músicos, puesto que tienen la oportunidad de dar a conocer su producción discográfica.



Tema: turistas en cabalgata (Vilcabamba)
Autor: Jose landangui

Una de sus aspiraciones es que los propietarios de bares y discotecas de Vilcabamba se unan para dar mayor impulso a este sector, incentivar y promover la visita de turistas de otras partes de Loja y del Ecuador, con el ánimo no solo de promocionar los bares, sino también que conozcan las bondades turísticas, naturales, culturales que posee la parroquia.

Es aquí entonces el punto de partida para afirmar la necesidad de fomentar el tema planteado en este artículo: El turismo no solo puede encasillarse o limitarse al estudio de ingresos económicos que genera cayendo en una mera actividad propagandista que el turismo es una mina de oro, la industria sin chimenea y que tan solo con elaborar un cuadro de llegadas por años o principales motivos de visita de los turistas ya hemos hecho investigación turística. La

investigación cubre muchos aspectos de los sujetos de estudio, si hablamos de un desarrollo de una actividad económica, debemos analizar bien sus daños colaterales que pasan desapercibidos tales como el trastocar la forma de vida de los habitantes de los enclaves turísticos, aculturación, forma de vida local y un sinnúmero de fenómenos que ponen en peligro lo que la Agenda 21 para la industria de los viajes y turismo¹ promueve: La sostenibilidad.

Hablamos entonces, de los beneficios que esta actividad genera tales como económico, políticos y culturales lo cual se enmarca dentro de un análisis de corte cuantitativo. Sin embargo queda la duda ¿Qué es turismo? ¿Qué tipo de estudio es el más adecuado? ¿Qué método investigativo es el más aplicado para esta actividad? Saltan una serie de interrogantes debemos planear para la reflexión del conocimiento en turismo.

La necesidad de este tema aparece como medio de reflexión para los estudiantes que están por elaborar sus proyectos de investigación previamente a la obtención de su título de pregrado en el área turística, obteniendo un perfil de graduado con capacidad crítica, propositiva y reflexiva con la visión correcta de lo deductivo e inductivo de la investigación.

La investigación ha jugado un importante papel en la evolución de la sociedad. La investigación que está íntimamente ligada con la ciencia son factores multiplicadores de conocimiento que motivan al ser humano a la búsqueda de respuestas a fenómenos y paradigmas. No solo nos da respuestas inmediatas de un problema, sino que también nos permite predecir y pronosticar el comportamiento de los sujetos y la posibilidad de influir en ellos con el desarrollo de nuevas teorías.



La importancia de la investigación en Turismo.

En la obra “Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo” (OMT, 2001) manifiesta la importancia de una metodología para todos los estudios desarrollados en este campo. En esta obra se define a la investigación turística como: “La formulación de preguntas, la sistemática colección de información para responder esas preguntas y análisis de los datos con el fin de obtener pautas de comportamiento, relaciones y tendencias que ayuden al entendimiento del sistema, a la toma de decisiones o a la construcción de predicciones bajo el abanico de varios escenarios alternativos del futuro.

Ante esta conceptualización, la importancia de la investigación en el turismo resulta necesaria arrancando del hecho que la actividad turística es dinámica, apoyándose en el desarrollo tecnológico de la información y del transporte; y de la evolución del comportamiento humano que nos obliga a estar pendiente de estos cambios y mantener activo el espíritu de investigación.

Partiendo desde estas premisas, entendemos la importancia de trabajo investigativo en turismo que nos permite:

Permite plantear la solución a problemas y esquema mercantil ante la competencia, entendiendo los modelos que se siguen para el alcance de los objetivos y análisis de referencia experimental de mercados similares locales o extranjeros.

Ayuda a planificar y definir políticas que beneficien a todos los sectores que estén involucrados en la actividad turística, estableciendo un marco de referencia y manejo para cada uno de ellos y sugerir cambios en actividades anteriormente propuestas.

Predecir hechos que favorezcan o alerten a las autoridades encargadas estableciendo parámetros que ayuden a la toma de decisiones en beneficio de la actividad turística.

Emular los modelos de gestión y de promoción de productos similares con el debido análisis de factibilidad.

Sin embargo, hay un hecho que no se puede dejar de lado y que de cierta manera ha retrasado el desarrollo investigativo del turismo. Hablamos de la “multisectorialidad” que hace referencia a que el turismo está relacionado con algunas ciencias tales como la economía, la sociología, las ciencias naturales, etc. que dificulta establecer un concepto homogéneo y de allí la limitación de los investigadores turísticos al momento de establecer las variables y los instrumentos de medición que defina el trabajo investigativo como meramente turístico (Dávila 2007).

El método de investigación en Turismo

Como todo investigador, al momento de tener el fenómeno o situación a investigar se tiene como punto de comienzo el determinar de qué servirá el trabajo y que pretende solucionar. En ocasiones, el investigador puede tener dolores de cabeza estableciendo el título que este más adecuado a su trabajo, descuidando el objetivo y realizando en sendas ocasiones un desarrollo diferente al título propuesto. Muchas veces el investigador está ante un mar de dudas y con información muy escasa, sin embargo estas situaciones no son motivo para descartar una propuesta sino más bien para analizar y establecer cuál es el método adecuado que se debe utilizar.

En la experiencia como profesional del área y formado como docente investigador, la investigación turística puede utilizar los métodos de carácter cualitativo o cuantitativo para el desarrollo de los trabajos de titulación en de la carrera, dependiendo de los objetivos, variable, naturaleza, etc. que persigue.

Cuando aplicamos la investigación cualitativa en turismo, y no que es exclusivamente para esta rama del conocimiento sino más bien con fines didácticos, es cuando la información de un determinado tema es muy escasa en datos numéricos, pero a su vez posee un gran valor descriptivo que no se puede tratar con datos estadísticos. Si estamos en esta situación, el trabajo debe seguir un estilo investigativo naturalista, etnográfico, de estudio de casos que son técnicas investigativas que calzan muy bien en el estudio de los fenómenos actividad turística. Este método investigativo permite la interacción con los sujetos de estudio, la convivencia en el entorno, el comportamiento humano influenciado en sus actividades económicas y otras

variables relacionadas con el turismo. Los resultados de esta investigación se dan en base a la observación de la realidad.

Las características de una investigación turística cualitativa son:

La investigación está marcada en el nivel de interacción con los individuos

La información es recabada y manipulada solo por el investigador sin la intervención de otros agentes.

Se enmarca en el método deductivo.

Es muy profunda y requiere de algunos meses para su desarrollo y conclusión.

La investigación cuantitativa por su parte, está basada en toda la información numérica y estadística que se obtiene de fuentes confiables. Sin embargo hay que tomar en cuenta la validez de la información y la cantidad necesaria dela misma para no exagerar su carga informativa tomando solamente lo que es relevante para el trabajo de investigación. Se utilizan técnicas para recabar información tales como encuestas, entrevistas en donde el análisis de la respuesta dará al investigador un resultado estableciendo el propósito del trabajo. Se enmarca dentro del método inductivo por la utilización de la estadística explicando el comportamiento de la población.

Vamos a revisar un pequeño ejemplo de los métodos de investigación partiendo de un tema turístico:

El gobierno de la República del Ecuador planea crear un costo de visado de tres meses para todos los turistas extranjeros

Analizando esta propuesta, si lo tomamos desde un enfoque investigativo cualitativo, pretendemos predecir el comportamiento del turista extranjero ante esta nueva resolución de la cual se tiene poca información. Para esto contactaremos a diversas agencias de viajes quienes tienen contacto con los turistas para saber que opinan ante esto y junto con ellos revisar el planteamiento de la propuesta.

Ahora bien, si queremos ser más preciso en cuanto a hallar el costo beneficio de la propuesta, entramos al enfoque cuantitativo, elaborando una encuesta para determinar la probabilidad del pago de la nueva tasa y los beneficios que este rubro generaría.

Con este ejemplo sencillo, podemos indicar que si el trabajo investigativo turístico es de corte social (o ciencias relacionadas al comportamiento del hombre) debe ser de naturaleza cualitativa, mientras que si prosigue un enfoque empresarial, debe utilizar la investigación cualitativa.

Tema: clasificación por asunto en general

ASUNTO EN GENERAL	INVESTIGACIONES	
	Nº	%
Agencia de viajes	3	5,5
Comportamiento turístico	1	1,8
Espacio y turismo	5	9,1
Geografía del turismo	1	1,8
Historia del turismo	1	1,8
Hotelería	6	10,9
Legislación turística	1	1,8
Marketing turístico	3	5,5
Planificación turística	7	12,7
Turismo y administración pública	3	5,5
Turismo y economía	3	9,1
Turismo de eventos	1	1,8
Turismo litoráneo	7	12,7
Turismo y medio ambiente	3	5,5
Turismo y percepción	4	7,3
Turismo y propaganda	2	3,6
TOTAL	55	100

Autor: Gestión turística Valdivia

La importancia de la investigación es uno de las principales fuentes de estudio ya que se usa día con día con el propósito o la finalidad de que Conocer mejor la realidad de nuestro entorno social que nos ayuda a solucionar problemas que se presentan en la vida. Enseguida Expresare

mi opinión acerca de la importancia de la investigación en algunos temas en específico como lo son la educación, la salud, la sociedad, y el turismo.

En la calle principal de Vilcabamba la arquitectura de los 50 todavía se mantiene. Las casas en su mayoría son de madera y tejas y las calles empedradas.

Cerca de la Plaza Central de Vilcabamba se reúnen la mayoría de negocios, desde artesanías hasta cafeterías. La principal oferta artesanal de Vilcabamba son las camisetas de algodón pintadas a mano con motivos del Parque Nacional Podocarpus.

Atractivos

- El agua de Vilcabamba es envasada y vendida dentro y fuera del país.
- En este valle es famosa la elaboración de bebidas con sabor a frutas.
- Vilcabamba tiene barrios llamativos como Chaupi, Cucanamá, Linderos, Santorum, Solanda y Tumianuma.
- A su paso por este lugar, también pueden visitar las moliendas donde se procesa jugo de caña y guarapo. En la localidad de Vilcabamba se puede disfrutar del área de recreación Yamburara, la cual es un pequeño zoológico que se encuentra a 1 1/2 km del centro del pueblo, la cual se exhibe animales locales y un gran invernadero con una excelente colección de plantas que tiene alrededor de 30 especies de orquídeas. Encontramos una variada gama de aves como águilas, guacamayos, loros pavo real entre los mamíferos monos y el llamativo oso de anteojos.
- Sendero Ecológico Caxarumi Ubicada en el extremo sur oriente del cantón Loja, tiene una distancia de 41 km desde la ciudad de Loja hasta el valle de Vilcabamba, fue el antiguo camino de Loja Vilcabamba y está compuesto por cuatro tramos: Loja (Parque Lineal la Tabaida)-nudo de Cajanuma-Rumishitana-Landangui-Vilcabamba. El cerro Mandango se levanta cerca del pueblo como gigante, éste siempre ha sido un sitio sagrado.