



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN VINCULACIÓN Y**  
**POSGRADO**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO**  
**DE MAGÍSTER EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN**  
**DESTINOS TURÍSTICOS**

**TEMA:**

Programa de Calidad Turística para los Prestadores de Servicios de Salinas de Guaranda.

**TUTOR:**

Mgs. Héctor Germán Pacheco Sanunga

**AUTORA:**

Ing. Gehova Karina López Orozco

**RIOBAMBA- ECUADOR**

**2019**

## **PROPUESTA**

**TEMA:** Programa de Calidad Turística para los Prestadores de Servicios de Salinas de Guaranda.

## **INTRODUCCIÓN**

La calidad turística es un proceso de mejora continua, que surge de la necesidad de dirigir la formación de los diferentes sectores turísticos ya sea en la oferta de producto o de servicio, en función de cada una de sus necesidades, es además un instrumento de gestión que contribuye al desarrollo de la localidad, tomando en cuenta que el recurso humano es la clave del éxito porque son quienes poseen la capacidad de convertir la información en conocimiento y por tanto de aprender y mejorar. El servicio turístico es una de las actividades más importantes que forma parte de la oferta de un destino el cual debe proporcionar información veraz para que el turista decida acceder o no al servicio, donde el prestador debe estar debidamente calificado y capacitado para la prestación del mismo. En este contexto se desarrolla los módulos de la propuesta de acuerdo a los resultados obtenidos en el diagnóstico situacional realizado in-situ (ver anexo N<sub>0</sub> .3) y además está relacionado a los resultados de la investigación.

Esta propuesta está articulada a la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible mediante el objetivo Nro. 11, referente a Ciudades y Comunidades Sostenible, dado que como se menciona en este objetivo: "La extrema pobreza suele concentrarse en los espacios urbanos y los gobiernos nacionales y municipales luchan por absorber el aumento demográfico en estas áreas. Mejorar la seguridad y sostenibilidad d las ciudades implica garantizar el acceso a viviendas seguras y asequibles y el mejoramiento de los asentamientos marginales. También incluye realizar inversiones en transporte público, crear áreas públicas verdes y mejorar la planificación y gestión urbana de manera que sea participativa e inclusiva"

El desarrollo del programa de Calidad y Servicios Turísticos, ayudará a fortalecer la prestación de servicios turísticos, orientados a fomentar una certificación del personal con el principal objetivo de formarlos, actualizarlos en función a sus conocimientos y procura mejorar el comportamiento del talento humano de los prestadores de servicios en el sector de Salinas de Guaranda, este conocimiento se convierte en una herramienta que ayude a desarrollar habilidades, destrezas y conocimientos técnicos en el talento humano implicado

directa e indirectamente en los servicios, además de establecer tareas y sobre todo ayuda a identificar necesidades en el transcurso del tiempo, y consecuentemente la búsqueda de ventajas competitivas basadas en la calidad del servicio turístico.

## **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar el Programa sobre Calidad Turística orientada a los prestadores de servicios turísticos de Salinas de Guaranda.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diseñar el Proyecto de Calidad Turístico para estandarizar todos los procesos de prestación de Servicios Turísticos
- Diseñar el Proyecto de Servicios Turísticos para adecuar la prestación de los servicios turísticos a las necesidades de los turistas.

## **ALCANCE**

Los prestadores de servicios turísticos deberán contemplar como una de sus prioridades los procesos de capacitación, éstos por cuenta propia resultarían costosos dadas las condiciones del cantón ya que las empresas son pequeñas y cuentan con poco personal, los mismos que deben estar dispuestos ante los requerimientos de los turistas, ante esta condición el alcance del proyecto es poder llegar con una capacitación sin costo donde se prioriza a los prestadores los cuales puedan tener una capacitación integral.

## **PROYECTOS**

### **1. PROYECTO DE CALIDAD TURÍSTICA**

Es el compromiso por mejorar la calidad del Turismo en Salinas de Guaranda y en colaboración con la Junta parroquial, asociaciones y organismos no gubernamentales, llevar a cabo el desarrollo y la gestión de distintos proyectos y planes de actuación. Además, los proyectos de calidad turista pretenden mejorar la calidad de las empresas y los

destinos turísticos para satisfacer de forma correcta las expectativas del turista más exigente. Las dos líneas básicas de actuación son: por un lado, impulsar la cultura a través de programas y formación de los prestatarios de servicios turísticos en materia de atención al cliente, seguridad y calidad de respuesta y por otro lado, favorecer el embellecimiento de los destinos turísticos como factor clave para influir positivamente en la percepción global que el turista mantenga.

### **Objetivo General**

- Diseñar el Proyecto de Calidad Turístico para estandarizar todos los procesos de prestación de Servicios Turísticos

### **Objetivos Específicos**

- Definir estrategias de capacitación sobre calidad turística orientadas al fortalecimiento del servicio en salinas de Guaranda
- Identificar las dimensiones de la calidad relacionadas con las necesidades de los prestadores de servicios de Salinas de Guaranda

Se puede analizar los siguientes módulos:

#### **▪ EMPATÍA**

La empatía es como una cualidad autónoma del hombre, se trata pues de una capacidad innata a la raza humana, es una habilidad social, Una persona empática es alguien capaz de comprender al otro casi tanto como a uno mismo. La empatía implica una capacidad de experimentar los sentimientos del otro sin perder la propia identidad y de mostrar una reacción hacia sus necesidades sin resultar afectado uno mismo. ( Baron, S., 2016)

La empatía tiene dos componentes principales: El componente cognitivo, tomar la perspectiva de los sentimientos de otros, y el componente afectivo, que sería la apropiada respuesta afectiva también, a la observación del estado emocional de otra persona.

Fotografía N° 1 Oferta del servicio



En el sector turístico, estar en modo empático, debería ser la norma, tanto en su vertiente de vigilancia empática, que sería cuando nos encontramos observando el entorno cercano, sin interacción directa con turistas internos o externos. O en modo de empatía activa, que sería ya la misma práctica de la empatía, en cualquier interacción directa con turistas internos o externos. ( Baron, S., 2016)

Con esto se quiere decir que el hecho que, en muchas ocasiones, se falla más en la primera, la vigilancia empática, que en la segunda. Cuantas veces se ve que pasan clientes delante de un mostrador de recepción sin recibir ni un saludo, ni un contacto visual, esto es un claro ejemplo de falla en la vigilancia empática.

Esta empatía muchas veces tiene unas barreras de componentes físicos y mentales, que se interrelacionan en muchos casos. Por ejemplo, pensar que la tarea se limita a un área física (mostrador de recepción, barra de bar, etc), esto tiene un componente físico y de esquema mental. La cultura organizativa, a través de procesos definidos, valores, misión, también puede limitar o alentar, la utilización de la empatía, en todas sus formas, y la reafirmación o eliminación de las barreras que la frenan. Con todo ello, la empatía debería ser una habilidad central, en las competencias deseadas por parte de los prestadores del sector, e incluida en los planes de formación internos a nivel de las microempresas. ( Baron, S., 2016)

Se podría hacer varias cosas, que, en el mejor de los casos, iría englobado en un plan de formación de competencias socioemocionales y de inteligencia emocional. La empatía puede ser una habilidad importante para favorecer el trabajo en equipo, tan crucial también en el sector, esto se puede favorecer a través de: ( Baron, S., 2016)

- Inmersiones de todo el personal que trabaja.
- Fomentar el reconocimiento entre compañeros/as.
- Creando círculos de empatía, donde diferentes trabajadores se reúnen para hablar de situaciones donde se han sentido bien o mal, y socializan estas experiencias.
- Crear un inventario de caras, gestos, o incluso frases que denotan la expresión de ciertas emociones.
- Tener en cuenta en la definición de procesos, los estados emocionales posibles relativos a ellos, y las mejores respuestas también asociadas.

La empatía es ponerse en los zapatos del otro, pero quitándose los propios, mucha gente no termina de ponerse, claramente en la piel del otro, con el esquema mental del otro. En turismo, es central, llegar a entender que la misión es conectar con clientes externos e internos, para satisfacer sus necesidades socioemocionales. El turista busca un refugio, una parada, para sentirse bien, el trabajador busca un lugar donde sentirse bien y valorado, más que un sueldo, esa necesidad central del “sentirse bien”, es la que podemos satisfacer a través de la herramienta y competencia de la empatía. ( Baron, S., 2016)

Se trata, en definitiva, de abrir una puerta para empezar a incorporar la formación en competencias socioemocionales, que tanta relación tienen con el sector. Todo ello implica la necesidad de un cambio de enfoque, por parte de los responsables de empresas. Lo que se pretende en este módulo es lograr que el turista y el prestador de servicio se correlacionen, primero hablando el mismo idioma y logren una comunicación asertiva donde las dos partes encajen o tengan la misma ideología, satisfacción o necesidad.

- **SEGURIDAD**

El desarrollo de la actividad turística en un destino implica considerar básicamente la seguridad que busca el turista que visita el cual le genere tranquilidad y estabilidad durante

el tiempo que se encuentre en la zona a visitar y la confianza que reciba del empleado al momento de recibir el servicio. (<http://www.forodeseguridad.com>, 2019)

Además, la seguridad turística es la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.

Encontramos generalmente un conjunto de puntos sobre la seguridad en la relación del medio con el visitante en un destino turístico o recreativo. Las más significativas que deben ser resueltas son:

- 1- Proteger al visitante de la gente que habita en el sector
- 2- Proteger al visitante del delincuente
- 3- Proteger al visitante del medio cultural
- 4- Proteger al atractivo del visitante
- 5- Proteger al visitante del atractivo

Lo expuesto plantea que toda estrategia de seguridad en un destino turístico debe considerar dos premisas:

### **1- La seguridad propiamente dicha del visitante.**

Se debe resolver los problemas del visitante en los tres momentos de su viaje: antes del inicio del mismo, al inicio y durante el viaje y por último en el destino.

### **2- Contribuir a posicionar los destinos en el mercado con una imagen de seguridad.**

Ante el acontecimiento de distintos casos delictivos, un destino turístico puede presentar una imagen en el mercado de "destino inseguro", posicionamiento que suele causar una desvalorización del mismo en el mercado y que la demanda lo margine en la elección como su destino vacacional.

La falta de seguridad del turista al momento de recibir el servicio genera un conflicto, un choque o lucha de valores y derechos que consideran:

1. Un escenario, el medio urbano donde se desplaza en forma permanente o transitoria.
2. Los intereses personales, como ya hemos dicho el ciudadano somatiza el sufrimiento y la incertidumbre por su familia, su vida, sus bienes y en algunos casos el daño moral si ya han sido víctimas de un hecho delictivo, que le produce una sensación concreta de pérdida de valores sociales y personales. (<http://www.forodeseguridad.com>, 2019)
3. La participación de los actores directos en el conflicto, el ciudadano y el agente de seguridad.

Lo expuesto nos lleva a valorar fundamentalmente la relación entre dos actores el visitante y el personal de seguridad con relación al medio a fin de lograr el mejor grado de satisfacción de ambos, uno como prestador de servicios y otro como visitante del destino.

#### ▪ **CAPACIDAD DE RESPUESTA**

La capacidad de respuesta está en cómo el prestador puede brindar un servicio al turista indistintamente al número de personas que visiten el sector, esto debe incluir todos los servicios que se brinda donde tenga la capacidad de poder recibir y satisfacer las necesidades de los visitantes. (García, H. , 2003)

Los estudios de capacidad de respuesta constituyen uno de los que se podrían considerar primeros intentos de operativizar el concepto de sostenibilidad en relación con la gestión de la actividad turística en espacios de distinta índole. Ha sido el instrumento utilizado junto para dar respuesta a los problemas de la afluencia masiva de visitantes en espacios recreativos y para racionalizar el uso abusivo y el deterioro de los recursos que sustentaban esa actividad recreativa.

El concepto de capacidad de respuesta lleva siempre la idea de restricción o límite más allá del cual el empleado puede responder ante la necesidad del visitante y turista. La naturaleza de ese límite hace posible que se puedan contemplar distintas dimensiones a la hora de determinar la capacidad de carga de un espacio concreto, es importante el conocer la rapidez del personal al presentar el servicio para que el turista se sienta cómodo y bien. Es posible diferenciar algunos indicadores como: plazos, prioridad, oportunidad,

perspicacia, reacción que permiten conocer cómo va hacer la atención que reciba el turista en el sector ya que de esa manera se van a sentir a guato al recibir el servicio.

La perspectiva de los visitantes respecto a la capacidad de respuesta incluye todos aquellos factores del espacio receptor que influyen en la satisfacción de los visitantes. La capacidad del recurso o del destino para proveer una experiencia de calidad en relación con el incremento del número de visitantes.

Finalmente existe también una dimensión política relacionada con la capacidad de gestión u capacidad organizativa de un destino o sitio para coordinar de forma directa la gestión turística. (García, H. , 2003)

## **2. PROYECTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Consiste en el conjunto de objetivos, metas y acciones que están relacionadas con las estrategias y programas estipuladas para cumplir una meta u objetivo propuesto. También es un documento en que se consagran las cosas que se pretenden hacer y la forma en que se piensa llevar a cabo, además se puede mencionar que es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que impone un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso previamente definido.

### **Objetivo General**

- Diseñar el Proyecto de Servicios Turísticos para adecuar la prestación de los servicios turísticos a las necesidades de los turistas.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar las dimensiones de los servicios turísticos relacionadas con las necesidades de los prestadores de servicios de Salinas de Guaranda.
- Definir estrategias para mejorar los servicios turísticos en salinas de Guaranda

Se puede analizar los siguientes módulos:

## ▪ INFORMACIÓN TURÍSTICA

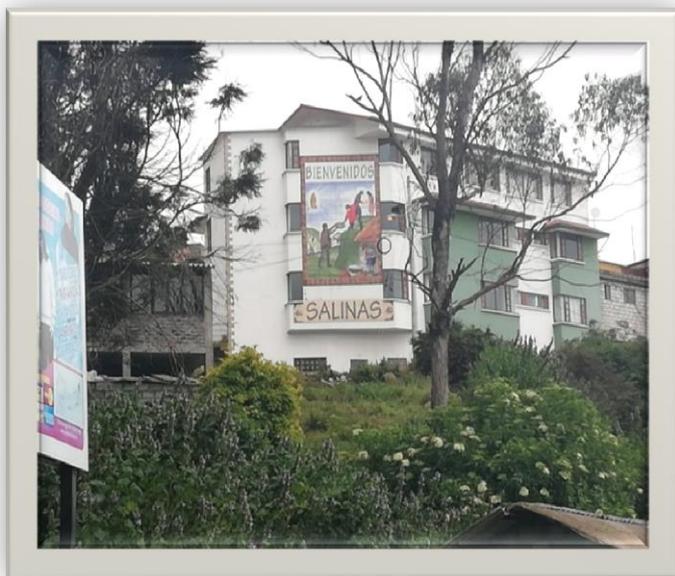
La información turística es muy importante ya que el turista o visitante necesita conocer el lugar el cual va a visitar, como el tiempo en llegar, clima, temporada, gastronomía, lugares turísticos, etc., por ello se detalla a continuación datos importantes de Salinas de Guaranda.

Salinas de Guaranda es una parroquia rural ubicada en la zona nororiental de la ciudad de, en la provincia de Bolívar a una altitud de 3.550 msnm. Toma su nombre de las minas de agua salada que pueden hallarse al cruzar el río que la atraviesa.

Esas minas pertenecieron al cacicazgo de los Tomabelas en plena época incaica. En este sitio, casi todos los cacicazgos aledaños tenían acceso al recurso por medio de sus delegaciones y contando con el tutelaje de un cacique Puruhá.

El territorio de lo que hoy es Salinas fue el lugar de residencia de las poblaciones pre incaicas Tomabelas y Puruhaes y después de la conquista de los Incas, fueron éstos quienes pasaron a residir.

Fotografía N° 2 Señalética de bienvenida



Fotografía N° 3 Señalética de microempresas



Está enclavada en plena estribación de la cordillera Occidental de los Andes. En un paraje de una belleza única e incomparable. Lleva el nombre de Salinas porque en este lugar existen minas de sal, que en tiempos ancestrales proveían de sal a varias ciudades del país.

Aún se pueden contemplar vestigios de estas minas, muy cerca del centro del poblado. Está a 20 Km de Guaranda y su carretera es asfaltada.

Limita al Norte con las Parroquias de Simiatug y Facundo Vela, al Sur con la Ciudad de Guaranda, al Este con las Provincias de Tungurahua y Chimborazo y al Oeste con la Parroquia San Luis de Pambil y el Cantón Echeandia. (Barragán, M., 2018)

Desde Guaranda se puede llegar a Salinas por carretera asfaltada, tanto en buses como en autos privados. Está conformada por 24 comunidades, con una superficie de 490 km<sup>2</sup>, ubicadas, en su mayoría, en la zona fría, al igual que la cabecera parroquial, a una altitud de 3500 m.s.n.m., a una distancia de 20 km. de Guaranda. Su temperatura oscila entre los 6 y 10 grados centígrados.

Aquí se concentran aproximadamente 29 prestadores de servicio entre microempresas comunitarias, tiendas, servicio de alojamiento, servicio de alimentación, discoteca, las microempresas dedicadas a la industrialización de la leche, carne, fruta, lana, entre otros, que generan alrededor de 198 productos elaborados, comercializados en el mercado nacional y exportados a otros países, especialmente a Italia. Uno de sus productos más conocidos es el queso El Salinerito, que está a disposición de los consumidores de todo el país en grandes supermercados y en las tiendas de distribución propias, que para el efecto tiene la Funorsal.

Es muy usual encontrar tiendas y almacenes que expenden los productos que generan sus pobladores: Quesos, mantequilla, yogurt, turrónes, mermeladas, fideos, galletas, trufas, hongos secos, pan, caramelos de miel de abeja, chocolates, chocolatines, lana, tejidos, balones, artesanía, en fin, Salinas es un pueblo de sorpresas maravillosas.

Esta parroquia empezó su desarrollo socio organizativo allá por los años 70, con la llegada del P. Antonio Polo, salesiano, quien ha sido el gestor de esta iniciativa de desarrollo. Hoy sostienen este proceso de desarrollo los pobladores nativos de Salinas, quienes se han apropiado de su proceso y son los puntales que sostienen esta experiencia única, pionera y ejemplar.

Fotografía N° 4 Señalética de tiendas



Hoy en Salinas hay varias organizaciones comunitarias como la FUNORSAL (Fundación de Organizaciones de Salinas), el Grupo Juvenil que mantiene un hotel que acoge a turistas nacionales y extranjeros que frecuentemente lo visitan para conocer su organización y su estructura agro-productiva. Salinas de Bolívar es referente nacional e internacional de desarrollo socio comunitario.

La cabecera parroquial es un centro de gran cantidad de actividades agro-industriales y artesanales. Destacan la elaboración de quesos, la elaboración de embutidos, la secadora de hongos, la fábrica de confites, la fábrica de hilos y la artesanía con lana de alpaca.

Fotografía N° 5 Microempresa

Fotografía N° 6 Microempresa



La producción es comercializada a nivel nacional con la marca Salinerito, y gran parte de ella es exportada a diferentes lugares del mundo, especialmente a Italia, Alemania y Japón. El mejor queso del Ecuador se elabora en un sistema de producción comunitaria. Las practicas comunitarias del pueblo de Salinas son consecuencia de su evolución histórico-cultural, la cual ha generado formas particulares de organización fundamentadas en la gestión participativa; esto representa un aporte invaluable de Salinas al desarrollo de nuevas formas. de gestión en nuestro país. (Barragán, M., 2018)

#### ▪ **GESTIÓN DE SERVICIOS**

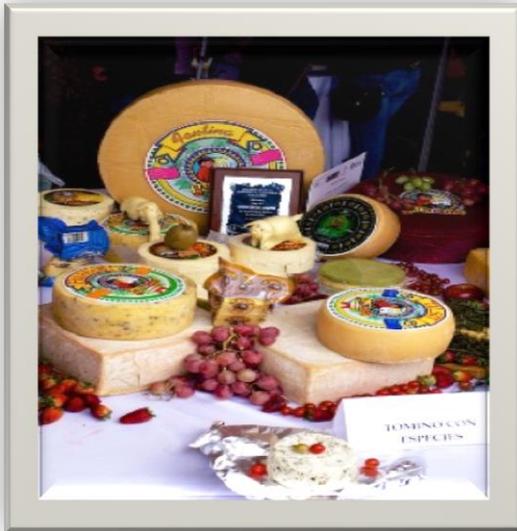
La parroquia de Salinas en su cabecera dispone de varios servicios como: telefonía celular, Internet banda ancha, vía asfaltada, subcentro de salud, servicio de hospedaje, servicio de alimentación, centro de diversión. En cuanto a servicios financieros en la parroquia trabaja la Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinas. Ltda, que ofrece servicios de ahorros y microcréditos a sus clientes, las agencias bancarias más cercanas se encuentran en la ciudad de Guaranda. Tanto en la Asociación de Artesanas Texal, como en la fábrica de Chocolate comunitaria "El Salinerito" se pueden realizar pagos con tarjetas de crédito o débito. (Barragán, M., 2018)

#### ▪ **PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**

Nadie puede consumir lo que no se conoce, por eso necesario dar a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de adquirirlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, para transformarlo en deseo y éste en una verdadera necesidad. La promoción turística puede entonces crear nuevas necesidades en los individuos.

Los métodos que se utilizan para hacer llegar la información a los mercados turísticos son múltiples y variados; todos constituyen un complejo sistema que se denomina promoción turística, que forma parte del área de comercialización, por lo tanto, quedará subordinada al plan de marketing turístico.

Fotografía N° 7 Producto ofertado



Fotografía N° 8 servicio turístico



### **Proceso de planeación de la promoción turística**

1. Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción.
2. Qué mercados (posibles consumidores) debe alcanzar el programa.
3. Qué medios publicitarios se utilizarán.
4. Con que presupuesto económico se cuenta.
5. Como se medirán los resultados del programa.

### **Elementos fundamentales de la promoción turística**

#### **Publicidad:**

1. Anuncios, periódicos, revistas especializadas y revistas de viajes.
2. Artículos, reportajes y noticias de interés general o particular.
3. Publicaciones especiales, libros y guías.
4. Radio, televisión y videos.

#### **Materiales de apoyo:**

1. Carteles.
2. Folletos, literatura de servicios y literatura de lugares y eventos.
3. Diapositivas.

### **Relaciones públicas:**

1. Viajes de familiarización.
2. Ferias y exposiciones turísticas.
3. Representaciones en el extranjero.
4. Oficinas de turismo.
5. Asociaciones empresariales.
6. Oficinas de convenciones y visitantes.
7. Centros de reservaciones.

En Salinas existe variedad de lugares para visitar como las microempresas comunitarias entre las que se destacan la fábrica de quesos, fábrica de chocolates, la Asociación de artesanías, la planta de aceites esenciales, la embudidora FUNORSAL, la deshidratadora de hongos, la hilandería; entre los atractivos naturales tenemos: las vertientes de Agua Sal, los farallones de Tiagua, la roca del Sombrero Rumi, la cueva de las Tizas, el mirador del Mar de Nubes. (Barragán, M., 2018)

### **Transporte**

El servicio de transporte es ofrecido por las Compañías de Transporte Mixto: Transalinerito y Antonio Polo, disponen de camionetas doble cabina para transporte de carga y pasajeros desde y hacia la ciudad de Guaranda, circulan en turnos cada 15 minutos. En la parroquia existe una terminal improvisada en la entrada al pueblo a pocos pasos del Mercado 29 de Mayo, en la ciudad de Guaranda las unidades se estacionan detrás del Parque Echeandia en pleno centro de la ciudad. (Barragán, M., 2018)

**Tabla No. 49**

PROYECTO 1	OBJETIVO	MÓDULOS	VENTAJAS	RESPONSABLE
<p><b>Proyecto de Calidad turística</b></p>	<p><b>Objetivo General</b> - Diseñar el Proyecto de Calidad Turístico para estandarizar todos los procesos de prestación de Servicios Turísticos</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> - Definir estrategias de capacitación sobre calidad turística orientadas al fortalecimiento del servicio en salinas de Guaranda  - Identificar las dimensiones de la calidad relacionadas con las necesidades de los prestadores de servicios de Salinas de Guaranda</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Empatía</li> <li>▪ Seguridad</li> <li>▪ Capacidad de respuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Generar aumento económico favoreciendo al desarrollo de los habitantes.</li> <li>▪ Mayor afluencia Turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ing. Gehova López</li> <li>▪ Técnico del CTC.</li> </ul>
PROYECTO 2	OBJETIVOS	MÓDULOS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p><b>Proyecto de Servicios Turísticos</b></p>	<p><b>Objetivo General</b> - Diseñar el Proyecto de Servicios Turísticos para adecuar la prestación de los servicios turísticos a las necesidades de los turistas.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> - Identificar las dimensiones de los servicios turísticos relacionadas con las necesidades de los prestadores de servicios de Salinas de Guaranda.  - Definir estrategias para mejorar los servicios turísticos en salinas de Guaranda</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Información turística</li> <li>▪ Gestión de Servicios</li> <li>▪ Promoción de los Servicios Turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Generar nuevas plazas de empleo</li> <li>▪ Intercambio cultural.</li> <li>▪ Integración de familias ya que los emprendimientos por lo general son familiares.</li> <li>▪ Mejora de los ingresos por servicio</li> <li>▪ Aumento de la satisfacción de los clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ing. Gehova López</li> <li>▪ Técnico del CTC.</li> </ul>

**Tabla No. 50** Cronograma

**Nombre:** Programa de Calidad Turística para los Prestadores de Servicios de Salinas de Guaranda.

**Fecha:**

**Lugar:** Salinas de Guaranda

**Exponente:** Ing. Gehova López

**No. de Participantes:** 29 Prestadores de Servicio

NOMBRE	MÓDULO	HORARIO	PRESUPUESTO
<b>DÍA 1</b>			
<b>Proyecto de Calidad turística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Empatía</li> <li>▪ Seguridad</li> <li>▪ Capacidad de respuesta</li> </ul>	<p>08h00 a 10h00</p> <p>10h00 a 12h00</p> <p>14h30 a 16h30</p>	<p>Materiales de trabajo: Hojas, esferos, flayer informativos, carteles. \$ 25.00</p>
<b>DÍA 2</b>			
<b>Proyecto de Servicios Turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Información turística</li> <li>▪ Gestión de Servicios</li> <li>▪ Promoción de los Servicios Turísticos</li> </ul>	<p>08h00 a 10h00</p> <p>10h00 a 12h00</p> <p>14h30 a 16h30</p>	<p>Materiales de trabajo: Hojas, esferos, flayer informativos, carteles. \$ 25.00</p>