

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA DE TURISMO

**Monografía previa a la obtención del
título de “Ingeniero en Turismo”**

**“PROPUESTA DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CENTROS
DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: EL CASO DEL I-TUR DEL CANTÓN EL
TAMBO”**

AUTOR:

CARLOS ISRAEL AMAYA MONTERO

DIRECTORA:

LCDA. DIANA LÓPEZ MOLINA

CUENCA – ECUADOR

2014



RESUMEN

En varios tipos de industrias se vienen implementando normas de calidad que permiten mejorar el producto o servicio que ofertan, la industria del turismo no es la excepción, por eso en el presente trabajo monográfico se presenta la propuesta de un manual de buenas prácticas para centros de información turística (i-TUR) en caso concreto para el i-TUR del cantón El Tambo, donde la actividad turística se ha convertido en papel importante de desarrollo y se considera necesario disponer de una guía de consulta para el personal del establecimiento en lo que se refiere a buenas prácticas institucionales con normas y directrices enfocadas directamente en aspectos como el comportamiento y presentación del personal del establecimiento, correcto manejo y gestión de recursos materiales y proveedores, organización de tareas y material informativo, uso de instalaciones y equipamientos, comercialización de la información, atención al cliente y gestión medioambiental.

Esta monografía tiene tres capítulos, el primero explica varios conceptos base para entender de mejor manera el tema, un segundo capítulo que se refiere a los ámbitos de desarrollo de buenas prácticas en centros de información turística que son el ámbito empresarial, socio-cultural y ambiental, concluyendo con un tercer capítulo denominado Manual de buenas prácticas para centros de información turística: i-TUR El Tambo, donde constan normas, sugerencias y directrices de manejo referente a buenas prácticas institucionales enfocadas a la satisfacción del cliente a través de un servicio de calidad, también busca la excelencia con respecto a la sostenibilidad ambiental y el uso eficiente de recursos.

Palabras clave: Buenas Prácticas, Manual, i-TUR, Calidad.



ABSTRACT

Recently, there has been an implementation of quality standards in various industries that allow to improve the product or service they offer. The tourism industry is not the exception, for this reason in the following monograph a proposal of a best practices manual for (i-TUR) tourist information centers in the town of El Tambo has been presented. In El Tambo, tourism has become an important part of its development and it is considered necessary to have a reference guide for the staff of the establishment. It will inform the staff of good institutional practice standards and guidelines directly focusing on behavioral aspects, the presentation of the establishment, proper handling and management of material resources and suppliers, organization of tasks and information material, use of facilities and equipment, marketing information and attention to the customer and environmental.

This monograph consists on three chapters, the first explains various concepts presented to better understand the issue. A second chapter that refers to the areas of development of best practices in the tourist information centers which are business, socio-cultural and environmental. It concludes with a third chapter called the Manual of Good Practice for Tourist Information Centers: i-TUR El Tambo. This chapter contains rules, suggestions and guidelines for handling what refers to good institutional practices focused on customers satisfaction through quality service and also seeks excellence with regard to environmental sustainability and the efficient use of resources.

Key words: Good Practices, Manual, i-TUR, Quality, Sustainability.

ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
ÍNDICE.....	3
ÍNDICE DE CUADROS.....	4
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	5
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	6
AUTORÍA.....	7
FIRMA DE RESPONSABILIDAD.....	8
DEDICATORIA.....	9
AGRADECIMIENTO.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO 1: CONCEPTOS BÁSICOS	12
1.1 Buenas Prácticas	12
1.2 Buenas Prácticas y Turismo	15
1.3 Buenas Prácticas y los Centros de Información Turística: i-TUR EL TAMBO	19
1.4 Revisión de los objetivos y metas planteados en el proyecto de monografía	35
CAPÍTULO 2: ÁMBITOS DE DESARROLLO DE BUENAS PRÁCTICAS EN CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.....	36
2.1 Ámbito Empresarial.....	36
2.2 Ámbito Socio-Cultural	41
2.3 Ámbito Ambiental.....	45
2.4 Revisión de los objetivos y metas planteados en el proyecto de monografía	49
CAPÍTULO 3: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: I-TUR EL TAMBO.....	50
3.1 Antecedentes	50
3.2 Objetivos	51
3.3 Presentación	52
3.4 Generalidades: terminología y conceptos base	52



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5 Áreas de Implementación	57
3.5.1 Personal del Establecimiento	57
3.5.2 Recursos Materiales y Proveedores	64
3.5.3 Organización	70
3.5.4 Instalaciones y Equipamientos	73
3.5.5 Comercialización	77
3.5.6 Satisfacción en atención al Cliente	81
3.5.7 Gestión Medioambiental	85
3.6 Buenas Prácticas y Calidad	90
3.7 Revisión de los objetivos y metas planteados en el proyecto de monografía	94
CONCLUSIONES	95
RECOMENDACIONES	96
BIBLIOGRAFÍA	97
Textos consultados:	97
Enlaces visitados:	98
ANEXOS	101
Anexo # 1	101
Anexo # 2	107
Anexo # 3	109
Anexo # 4	111
Anexo # 5	1115
Anexo # 6	119
Anexo # 7	120

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1. Beneficios del Turismo Sostenible	17
Cuadro No. 2. Prácticas del i-TUR en el ámbito empresarial	22
Cuadro No. 3. Impactos Socioculturales del Turismo	42
Cuadro No. 4. Objetivos de las Buenas prácticas Medioambientales	46



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro No. 5. Medios de transmisión de información turística.....	56
Cuadro No. 6. Criterios ambientales para algunos materiales de oficina.....	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1. Ciclo de sistematización de experiencias.....	13
Gráfico No. 2. Modelo conceptual de Turismo Sostenible.....	16
Gráfico No. 3. Las políticas de sostenibilidad en la empresa.....	18
Gráfico No. 4. Actividades de las oficinas de turismo.....	21
Gráfico No. 5. Ubicación i-TUR.....	23
Gráfico No. 6. Ubicación i-TUR, porcentaje.....	24
Gráfico No. 7. Aspectos del personal del i-TUR.....	24
Gráfico No. 8. Presentación personal.....	25
Gráfico No. 9. Amabilidad y Hospitalidad.....	26
Gráfico No. 10. Respeto y Cortesía.....	26
Gráfico No. 11. Profesionalismo del personal.....	27
Gráfico No. 12. Seguridad sobre sus conocimientos.....	28
Gráfico No. 13. Instalaciones y Equipamientos.....	29
Gráfico No. 14. Instalaciones y Equipamientos, porcentaje.....	29
Gráfico No. 15. Recursos materiales.....	30
Gráfico No. 16. Recursos materiales, porcentaje.....	31
Gráfico No. 17. Calidad del servicio.....	32
Gráfico No. 18. Calidad del servicio, porcentaje.....	32
Gráfico No. 19. Nivel de satisfacción.....	33
Gráfico No. 20. Nivel de satisfacción, porcentaje.....	33
Gráfico No. 21. Etiqueta de eficiencia energética.....	88
Gráfico No. 22. Triángulo de garantía de calidad.....	94

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No. 1. Centro de información turística del cantón El Tambo.....	19
Imagen No. 2. Personal del centro de información turística.....	38
Imagen No. 3. Personal del centro de información turística.....	38
Imagen No. 4. Vista lateral del i-TUR del cantón El Tambo.....	50
Imagen No. 5. Personal del i-TUR del cantón El Tambo, Srta. Diana Lazo....	58
Imagen No. 6. Uniforme del personal del i-TUR del cantón El Tambo.....	60
Imagen No. 7. Material publicitario.....	65
Imagen No. 8. Material publicitario.....	65
Imagen No. 9. Mapa turístico del Ecuador.....	66
Imagen No. 10. Mapa turístico de la provincia del Cañar.....	67
Imagen No. 11. Guía turística del cantón El Tambo.....	67
Imagen No. 12. Mapa vial del Ecuador.....	68
Imagen No. 13. Logo Ministerio de Turismo del Ecuador.....	68
Imagen No. 14. Marca país, Ecuador ama la vida.....	69
Imagen No. 15. Instalaciones del i-TUR del cantón El Tambo.....	73
Imagen No. 16. Instalaciones del i-TUR del cantón El Tambo.....	74
Imagen No. 17. Instalaciones del i-TUR del cantón El Tambo.....	74
Imagen No. 18. Instalaciones del i-TUR del cantón El Tambo.....	74
Imagen No. 19. Instalaciones del i-TUR del cantón El Tambo.....	74
Imagen No. 20. Local del i-TUR del cantón El Tambo.....	79
Imagen No. 21. Letreros publicitarios.....	80
Imagen No. 22. Letreros publicitarios.....	80
Imagen No. 23. Estantes para material publicitario.....	80
Imagen No. 24. Estantes para material publicitario.....	80

AUTORÍA



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Yo, Carlos Israel Amaya Montero, autor de la tesis "Propuesta de un manual de buenas prácticas para centros de información turística: el caso del i-tur del cantón El Tambo", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, Julio de 2014



Carlo Israel Amaya Montero

C.I: 030238248-6

FIRMA DE RESPONSABILIDAD



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, Carlos Israel Amaya Montero, autor de la tesis "Propuesta de un manual de buenas prácticas para centros de información turística: el caso del I-tur del cantón El Tambo", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, Julio de 2014



Carlos Israel Amaya Montero

C.I: 030238248-6



DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres Gilbert y Rita quienes me han brindado total apoyo en mi vida estudiantil y cotidiana.

A mis abuelos Diógenes y Zoila, Daniel e Inés por sus consejos y amor incondicional.

A mi hermano Mauricio.

Carlos Israel Amaya Montero.



AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Srta. Diana Lazo, oficinista directora del Centro de Información Turística del cantón El Tambo, por su colaboración para el desarrollo de la presente monografía.

De manera especial a la Lcda. Diana López Molina, directora de este trabajo monográfico.

A todas las personas que de una u otra manera pusieron su granito de arena para la elaboración de este trabajo.



INTRODUCCIÓN

Un manual de buenas prácticas es un documento de gran importancia en el desempeño de las empresas, contiene la información necesaria para llevar a cabo de manera precisa y secuencial las tareas y actividades operativas que son asignadas a cada unidad administrativa de las organizaciones.

El presente documento se ha elaborado con la finalidad de brindar una fuente de consulta escrita para el personal de los centros de información turística, en concreto del i-TUR del cantón El Tambo, que diariamente está vinculado a ofrecer el servicio de información de carácter turístico a visitantes nacionales y extranjeros. Aquí se identifica el uso de procedimientos, normas, sugerencias y directrices referentes a la aplicación y sistematización de buenas prácticas institucionales enfocadas a la satisfacción del cliente a través de un servicio de calidad y también busca la excelencia con respecto a la sostenibilidad ambiental y el uso eficiente de recursos.

El primer capítulo consta de conceptos básicos sobre buenas prácticas y su vinculación con la actividad turística, además se incluye un estudio para determinar las áreas de implementación de buenas prácticas dentro del Centro de Información Turística del cantón El Tambo.

En el segundo capítulo se explican los ámbitos de aplicación de buenas prácticas dentro de una organización, en este caso se toman en cuenta el ámbito empresarial, el socio-cultural y el ambiental.

Finalmente, en el tercer capítulo se propone un manual de buenas prácticas para centros de información turística, i-TUR, en este caso concreto para el i-TUR del cantón El Tambo.



CAPÍTULO 1: CONCEPTOS BÁSICOS

1.1 Buenas Prácticas

Para un mejor entendimiento de la presente monografía es necesario la aclaración de algunos conceptos y temas básicos a tratar en la misma, por lo tanto a manera de introducción se puede decir que las buenas prácticas constituyen actividades que pueden ser instauradas en diversas organizaciones y pueden contribuir al mejoramiento de la calidad en el desempeño de sus funciones así como en los productos o servicios que ofertan, con el uso de buenas prácticas se pretende la mejora en la gestión empresarial y por otra parte pueden servir de modelo para otras organizaciones.

Desde el punto del Servicio Nacional de Turismo de Chile, SERNATUR y la Federación de Empresas de Turismo de Chile, FEDETUR, en la primera edición de su obra llamada Chile por un turismo sustentable: Manual de buenas prácticas congresos, ferias y eventos, se define a las Buenas Prácticas como un conjunto coherente y coordinado de acciones que conducen a la obtención de resultados positivos para quien las aplica y para su entorno (SERNATUR Y FEDETUR, 9).

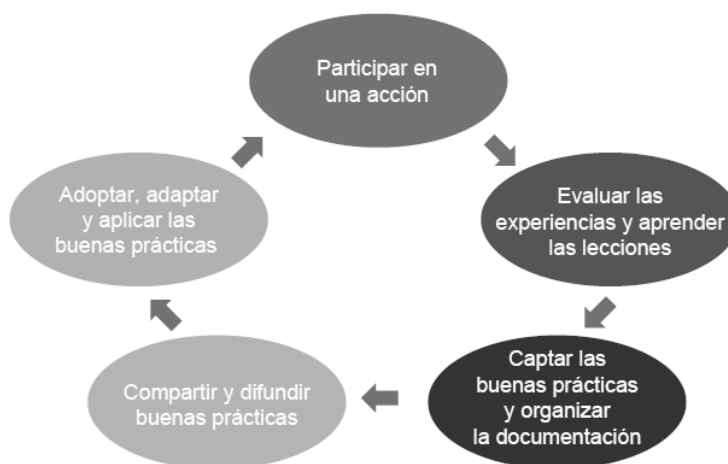
El documento Buenas prácticas en la FAO: Sistematización de experiencias para el aprendizaje continuo, de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (por sus siglas en inglés FAO), expresa que una Buena Práctica no solo se refiere a un procedimiento que se define bueno en sí mismo, sino que se recomienda como modelo por su buen funcionamiento y buenos resultados, además se trata de una experiencia probada y exitosa que merece ser compartida para que pueda ser adoptada por el mayor número posible de personas (FAO, 1).

Del mismo modo, el mencionado documento de la FAO nos brinda varias pautas a tomar en cuenta para que algunos procedimientos puedan ser reconocidos como buenas prácticas:

UNIVERSIDAD DE CUENCA

- 1. Efectiva y exitosa:** es el medio más eficaz para alcanzar un objetivo teniendo un impacto positivo para quien las adopta.
- 2. Sostenible, desde el punto de vista ambiental, económico y social:** una “buena práctica” satisface las necesidades actuales, sin comprometer la capacidad para hacer frente a las necesidades futuras.
- 3. Técnicamente posible:** la viabilidad técnica constituye la base de una “buena práctica”: es fácil de aprender y de aplicar.
- 4. Es el resultado de un proceso participativo:** los enfoques participativos generan un sentido de pertenencia de las decisiones y de las acciones.
- 5. Replicable y adaptable:** debe tener un potencial de repetición y, por lo tanto, debe ser adaptable a objetivos similares en diversas situaciones o contextos (FAO, 2).

Gráfico No. 1



Ciclo de sistematización de experiencias / Fuente: FAO, p. 4

Las buenas prácticas ponen a disposición varios tipos de herramientas que buscan la prevención o reducción de impactos negativos que pueden ser generados por las actividades de la empresa, permitiendo a las organizaciones desarrollar acciones que contribuyan a un desempeño responsable de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

operaciones a beneficio de la misma y a favor del medio social y ambiental en donde se aplican.

El Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú indica que las buenas prácticas son una herramienta de eficacia comprobada que permiten identificar las acciones institucionales que han tenido un buen o incluso excelente resultado en un determinado contexto y que se espera que, en contextos similares, rindan similares resultados. Una buena práctica es una acción que impacta de manera positiva en la solución de un problema o en el logro de una meta u objetivo. Son una parte indispensable del aprendizaje de la organización y la búsqueda de la excelencia.

En la gestión pública, las buenas prácticas son una excelente herramienta para:

- Convertir el conocimiento tácito (aquel que se encuentra en la mente y deriva de la experiencia de las personas), en conocimiento explícito (aquel contenido en documentos, archivos electrónicos u objetos);
- Sistematizar el conocimiento y capacidades de gestión operativa que han dado buenos resultados en la entidad;
- Transferir el conocimiento y la experiencia para que pueda ser utilizada por otras áreas de la organización como un recurso;
- Crear capital intelectual dentro de la organización;
- Propiciar la mejora continua; y
- Facilitar la creación de nuevo conocimiento y la innovación (Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, http://www.rree.gob.pe/servicioalciudadano/Paginas/Buenas_Practicas.aspx).

Las buenas prácticas en la gestión diaria de la empresa traen consigo beneficios que se ven plasmados en la mejora de su imagen corporativa ante los clientes y, por otra parte, permiten mantener buenas relaciones entre los



UNIVERSIDAD DE CUENCA

empleados convirtiéndose éstos en el medio principal para la ejecución de las buenas prácticas asegurando un adecuado funcionamiento de la organización.

La Oficina Internacional del Trabajo OIT, en su documento Buenas prácticas de relaciones laborales en las Américas nos brinda algunos criterios que una buena práctica debe tener:

- Pertinencia: aplicabilidad a un contexto concreto y en respuesta a una necesidad.
- Impacto: posibilidad de mejorar directa o indirectamente el aspecto en que se trabaja.
- Sostenibilidad: posibilidad de continuar siendo efectiva en un plazo determinado y presentar resultados duraderos.
- Creatividad e innovación: ¿por qué una buena práctica interesa especialmente?, ¿qué aporta?
- Replicabilidad.
- Fácil en su ejecución.
- Eficacia: máximo beneficio con coste mínimo (Rueda-Catry y Vega, 15).

1.2 Buenas Prácticas y Turismo

Desde la perspectiva del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, MINCETUR, el turismo es una actividad multisectorial capaz de generar beneficios a los distintos niveles de la sociedad que puede ser considerada como fuente de desarrollo regional, puesto que en los lugares donde se lleva a cabo dicha actividad, genera varios beneficios como por ejemplo contribuye a la generación de fuentes de empleo, genera divisas, mejora la calidad de vida de la sociedad, etc. además el turismo posee naturaleza económica, política, puesto que responde a lineamientos y planes del gobierno y educativa en razón de que se puede tratar de un medio de formación personal (MINCETUR, http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf).

Del mismo modo, el turismo al ser una actividad de masas, genera varios impactos negativos, principalmente en los ámbitos ambiental, social y cultural.

UNIVERSIDAD DE CUENCA

En este sentido es indispensable contar con directrices que ayuden a minimizar los efectos negativos que el turismo genera en los aspectos ambiental, social y cultural, optimizando y aumentando los beneficios para la localidad, las organizaciones y el medio en donde se desarrolla la actividad turística.

Es ahí en donde entra en juego una serie de actividades llamadas buenas prácticas, destinadas al mejoramiento de los procesos que desarrollan los gestores de la actividad turística para aumentar la calidad de sus productos y servicios, contribuyendo a minimizar los impactos negativos que la actividad turística genera en el medio en donde se desarrolla.

Esto trae a consideración el término “Turismo Sostenible” que según la Organización Mundial de Turismo, OMT es definido como: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>).

Gráfico No. 2



Modelo conceptual de Turismo Sostenible / Fuente: Diputación de Valencia, p. 24

En el siguiente cuadro se trae a consideración algunos beneficios que el turismo sostenible genera en entidades de la localidad donde se desempeña la actividad:

Cuadro No. 1

Tipo de Beneficios	Turistas	Población local
Económico	Empresa y turismo competitivos. Productos de calidad (relación calidad – precio)	Creación de empleo y diversificación de la economía. Cohesión y riqueza económica.
Socio-Cultural	Tranquilidad, bienestar, estimulación intelectual. Relación personal e intercambio cultural.	Oferta de empleo (inclusión, igualdad de oportunidades). Cohesión y justicia social.
Ambiental	Paisaje y naturaleza bien conservados. Accesibilidad a recursos naturales. Actividades compatibles con la naturaleza.	Conservación y gestión de recursos naturales. Modelos de producción y consumo que respeten el medio ambiente.

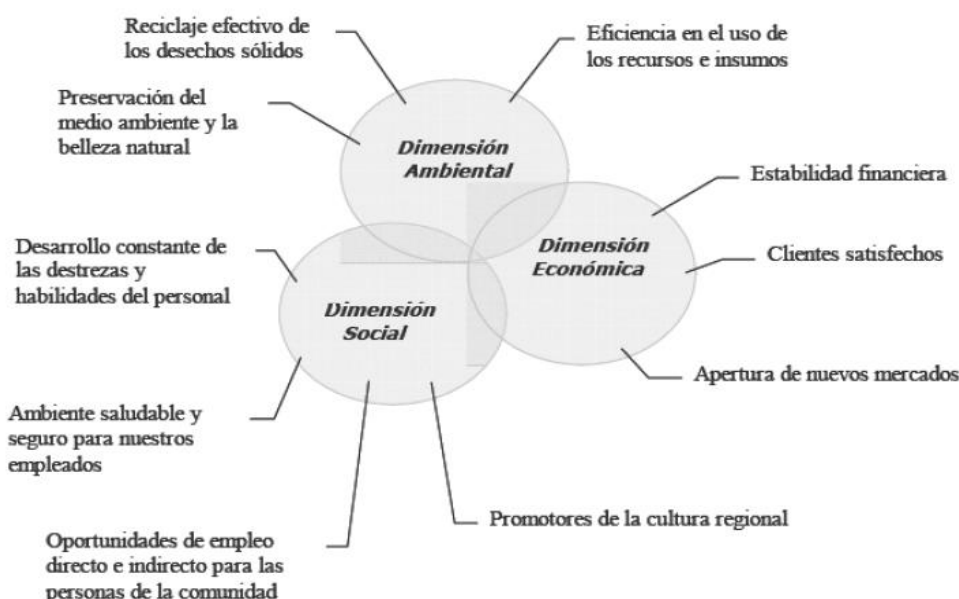
Beneficios del Turismo Sostenible / Fuente: Diputación de Valencia, p. 25

El turismo sostenible para considerarse como tal, debe mantener un balance entre tres pilares o principios básicos que son el Ambiental, el Económico y el Sociocultural. En este sentido la OMT expone que para la consecución de un turismo sostenible se debe primero, dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica. Segundo, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la

tolerancia intercultural. Y por último, asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Por otra parte, el turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles (OMT, <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>).

Gráfico No. 3



Las políticas de sostenibilidad en la empresa / Fuente: Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible*, p. 7

Las buenas prácticas aseguran el mantenimiento y crecimiento de las empresas beneficiando al personal que laboran en las mismas, al cliente y a la sociedad del lugar donde funcionan dichas entidades. El correcto

UNIVERSIDAD DE CUENCA

funcionamiento de las buenas prácticas depende en gran medida de una correcta implementación de las actividades por parte del capital humano de la empresa. Su aplicación tiene como propósito minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno sociocultural, ambiental y empresarial.

Las buenas prácticas aplicadas al turismo pueden ser empleadas en cualquier organización que desempeñe dicha actividad, siempre teniendo presente los tres pilares de la sostenibilidad, lo que permite beneficiar a la sociedad y a la empresa como tal. El propósito de las buenas prácticas es constituir las directrices básicas para que las empresas se vuelvan sostenibles asegurando su desarrollo y su éxito.

1.3 Buenas Prácticas y los Centros de Información Turística: i-TUR EL TAMBO

Imagen No. 1



Centro de Información Turística del cantón El Tambo / Fuente: Autor

Fecha: 17 Abril 2014



UNIVERSIDAD DE CUENCA

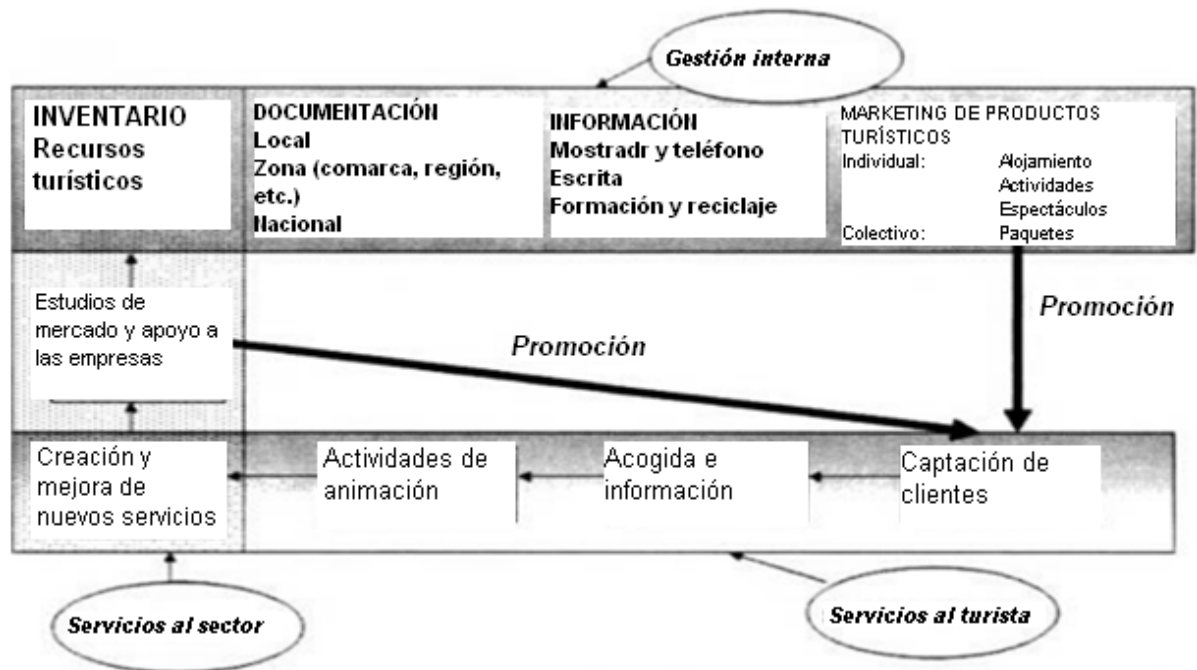
Se pueden definir a las oficinas de turismo como entidades de carácter público que tienen el objetivo de acoger, atender y orientar al visitante durante su estancia en determinado lugar y de la misma manera acoger, atender y orientar al prestatario e intermediario de servicios locales. Por otra parte las oficinas de turismo se encargan de coordinar la gestión de los servicios públicos y privados que conforman el producto turístico, así como promover y comercializar dichos productos y la oferta turística del destino.

Es por ello importante, que las oficinas de turismo, además de sus funciones de soporte y atención al público y a empresas de la zona, se conviertan en elementos indispensables de la promoción de los recursos de su área de influencia; es decir, en gestores a todos niveles de la información turística.

Para lo cual se sugiere llevar a cabo acciones más específicas como:

- Inventariar y documentar los diferentes recursos naturales, culturales y turísticos con los que cuenta la zona, así como toda la estructura e infraestructura local.
- Establecer controles estadísticos sobre oferta y demanda para un análisis exhaustivo del sector turístico y su evolución.
- Crear nuevos productos o servicios y organizar nuevas actividades que permitan la especialización y diferenciación de la zona en cuestión.
- Elaborar publicaciones periódicas y generar todo tipo de documentación.
- Realizar controles de calidad, con la finalidad de convertirse en el termómetro del estado turístico de la zona de influencia (Majó y Galí, 84).

Gráfico No. 4



Actividades de las oficinas de turismo / Fuente: Oriol Miralbell, p. 21

El Centro de información Turística, i-TUR, del cantón El Tambo, ubicado en la intersección de las calles Juan Jaramillo y Carrera Ingapirca, entró en funcionamiento el primero de mayo del año 2009 por iniciativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural de El Tambo y motivado por la rehabilitación de la línea férrea entre los poblados de El Tambo y Coyoctor.

El i-TUR del cantón El Tambo es la entidad encargada de brindar al turista información acerca de los atractivos y programas turísticos que ofrece la zona.

Los principales medios de transmisión de la información turística de i-TUR son folletos informativos, hojas volantes, mapas turísticos, guías turísticas y a través de correo electrónico y vía telefónica. El material informativo con el que cuenta el i-TUR es proveído por el Ministerio de Turismo de Ecuador, la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador, la Municipalidad del cantón El Tambo, el Complejo Arqueológico de Ingapirca y la empresa privada, sean estos hoteles y restaurantes que buscan ser publicitados mediante el i-TUR.

Para la elaboración de la presente monografía y para conocer los ámbitos en los cuales es viable la aplicación de buenas prácticas en el Centro de

UNIVERSIDAD DE CUENCA

Información Turística de cantón El Tambo se realizó una entrevista a la Srta. Diana Lazo, oficinista y directora del i-TUR (**Ver Anexo # 1, pág. 101**).

Luego de realizada la entrevista se pudo constatar algunas falencias en el i-TUR del cantón El Tambo, como la ausencia de un documento operativo para el personal y donde se encuentren plasmados la visión misión y objetivos del establecimiento, del mismo modo no se dispone de lineamientos que aseguren un uso racional de recursos y cuidado ambiental.

En el siguiente cuadro se puede observar algunas prácticas que ha implementado el i-TUR del cantón El Tambo en el ámbito empresarial, socio-cultural y ambiental.

Cuadro No. 2

ÁMBITOS	ACCIONES		
EMPRESARIAL	No se dispone de Visión, Misión y Objetivos del establecimiento	No se dispone de planes o manuales operativos	No se lleva un adecuado conteo de visitantes.
SOCIO-CULTURAL	Se elaboran talleres artesanales entre los miembros de las comunidades que conforman el cantón.	Apoyo a los pobladores del cantón para publicitar sus empresas turísticas	No existen políticas empresariales que aseguren el compromiso de la entidad con la colectividad
AMBIENTAL	No se dispone de lineamientos que aseguren un uso eficiente de los recursos naturales en la entidad	Se cuenta con un programa de separación de residuos para reciclaje en la organización, adoptada por ordenanza municipal	

Prácticas del i-TUR en el ámbito empresarial / Elaboración: Autor

Fuente: Srta. Diana Lazo

Por otra parte para determinar la calidad y el servicio de información turística que brinda el i-TUR del cantón el Tambo se optó por la aplicación del método investigativo de entrevistas estructuradas a los visitantes del Centro de Información Turística, sin embargo, por la dificultad de la aplicación de un

UNIVERSIDAD DE CUENCA

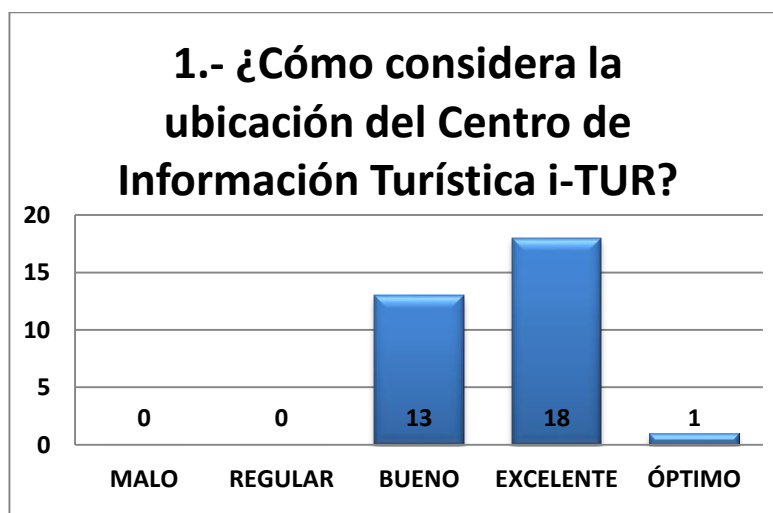
método cualitativo en la investigación se vio factible el uso de un método cuantitativo que consiste en la aplicación de encuestas a turistas para conocer su apreciación sobre algunos aspectos del i-TUR de El Tambo.

El modelo de encuesta (**Ver Anexo # 2, pág. 107**) se aplicó a una muestra de 32 visitantes del i-TUR debido a que existe baja concurrencia de turistas a solicitar información en el establecimiento.

Luego de la tabulación de los datos (**Ver Anexo # 3, pág. 109**) se obtuvieron los siguientes resultados:

En la primera pregunta ¿Cómo considera la ubicación del Centro de Información Turística, i-TUR?, 13 de los 32 turistas encuestados, lo que equivale al 41%, considera que la ubicación del i-TUR del cantón El Tambo es buena, 18 turistas valor equivalente al 56% de los encuestados, considera que la ubicación del i-TUR es excelente y solamente 1 de ellos lo que equivale al 3%, considera que la ubicación del i-TUR es óptima.

Gráfico No. 5

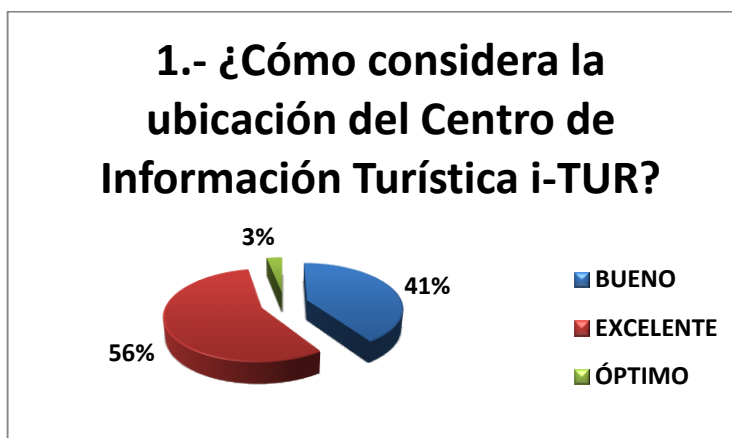


Ubicación i-TUR / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

Gráfico No. 6



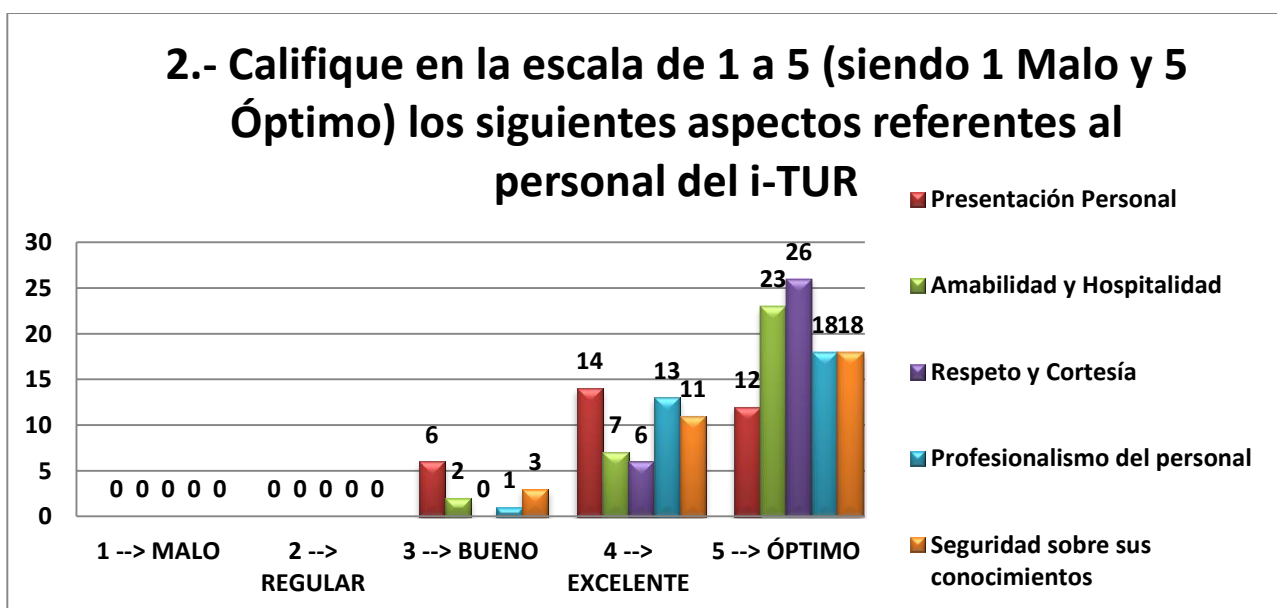
Ubicación i-TUR, porcentaje / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

En la segunda pregunta: Califique en la escala de 1 a 5 (siendo 1 Malo y 5 Óptimo) los siguientes aspectos referentes al personal del i-TUR, se obtuvo:

Gráfico No. 7



Aspectos del personal del i-TUR / Elaboración: Israel Amaya M.

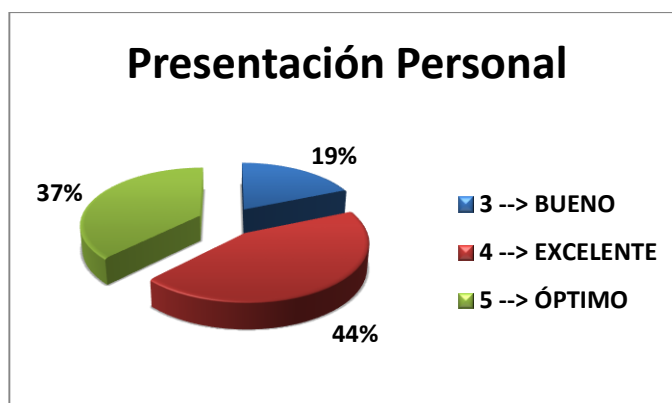
Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

UNIVERSIDAD DE CUENCA

Presentación Personal, en este aspecto 6 turistas encuestados lo que representa el 19% considera que la presentación del personal del i-TUR es buena, 14 o el 44% de los turistas encuestados considera que es excelente y 12 turistas o el 37% de los encuestados contestó que la presentación del personal del i-TUR es óptima.

Gráfico No. 8



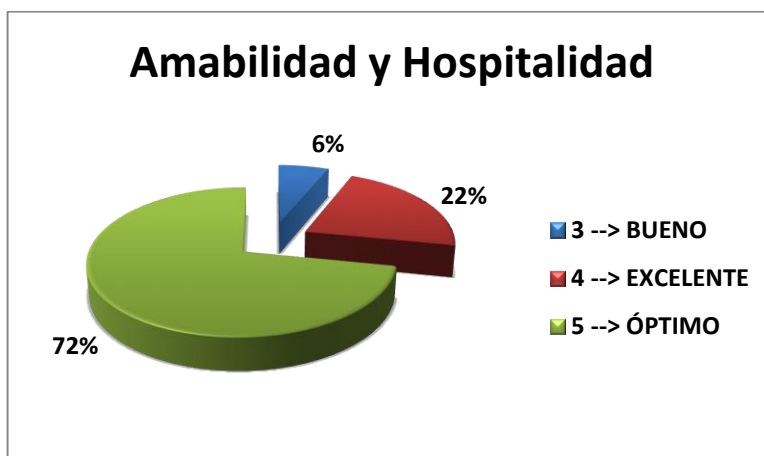
Presentación personal / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

Amabilidad y Hospitalidad, en este aspecto 2 turistas equivalente al 6% de los encuestados consideran que la amabilidad y hospitalidad del personal del i-TUR es buena, 7 personas, es decir el 22% de los encuestados, piensa que es excelente la amabilidad y hospitalidad del personal, y el 72% o 23 turistas del total de encuestados considera que la amabilidad y hospitalidad del personal del establecimiento es óptima.

Gráfico No. 9



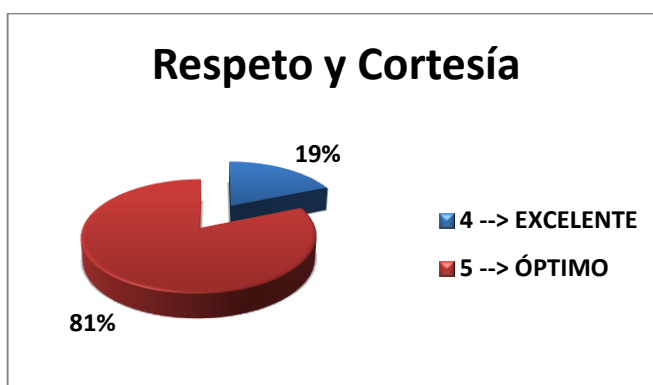
Amabilidad y Hospitalidad / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

Respeto y cortesía, en lo que respecta a este punto 6 de los 32 turistas encuestados, equivalente al 19%, considera que el respeto y cortesía del personal del i-TUR es excelente y el 81% restante, es decir 26 turistas, considera que el respeto y cortesía por parte del personal es óptimo.

Gráfico No. 10



Respeto y Cortesía / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

UNIVERSIDAD DE CUENCA

Profesionalismo, en este punto se obtuvo que solamente 1 visitante, equivalente al 3% de los encuestados, considera que el profesionalismo del personal es bueno, 13 turistas, es decir el 41%, considera excelente el profesionalismo del personal, y el 56% o 18 turistas lo considera óptimo.

Gráfico No. 11



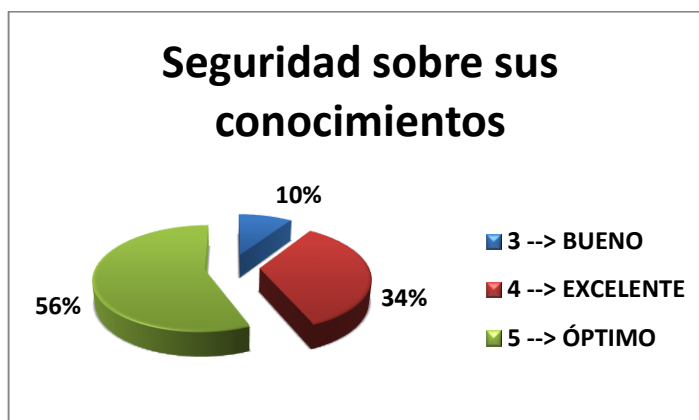
Profesionalismo del personal / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

Seguridad sobre sus conocimientos, en este aspecto 3 turistas, 10% de los encuestados, contestó que la seguridad con la que el personal transmite sus conocimientos es buena, 11 turistas equivalente al 34% considera que es excelente y los 18 restantes, es decir el 56% considera que la seguridad del personal sobre sus conocimientos es óptimo.

Gráfico No. 12



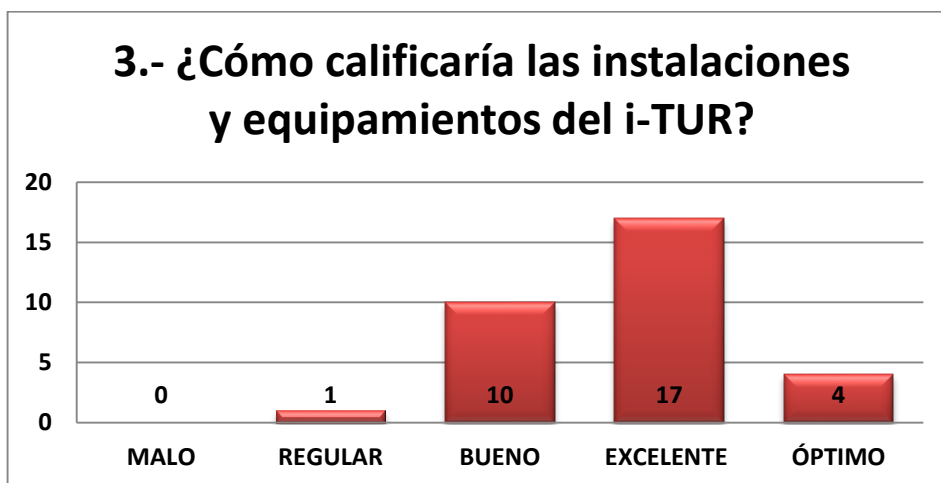
Seguridad sobre sus conocimientos / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

En lo que respecta a la tercera pregunta ¿Cómo calificaría las instalaciones y equipamientos del i-TUR?, 1 de los 32 turistas encuestados, lo que equivale al 3%, considera que las instalaciones y equipamientos del i-TUR del cantón El Tambo son regulares, 10 turistas valor equivalente al 31% de los encuestados, considera que las instalaciones y equipamientos del i-TUR son buenos, el 53%, es decir 17 turistas, los consideran excelentes y 4 de los turistas encuestados, lo que equivale al 13%, considera que las instalaciones y equipamientos son óptimos.

Gráfico No. 13

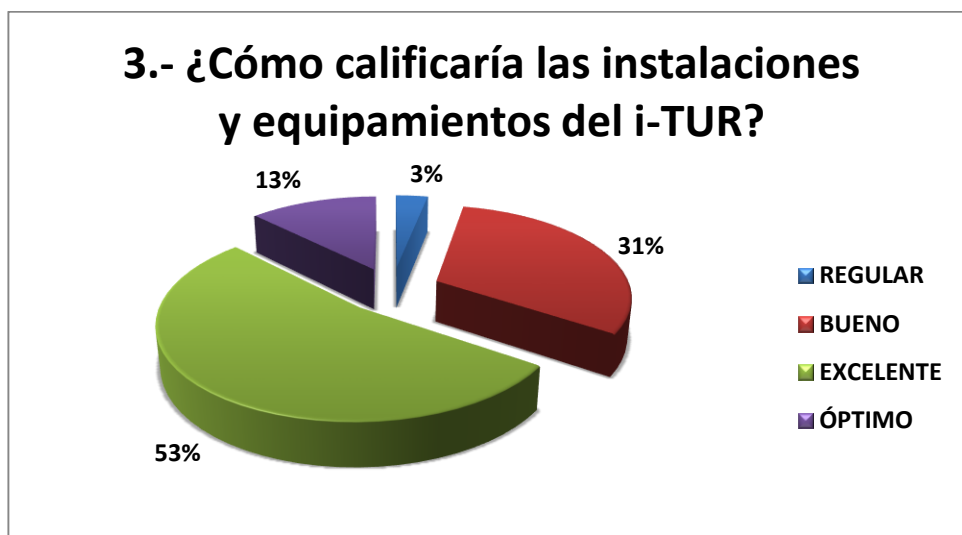


Instalaciones y equipamientos / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

Gráfico No. 14



Instalaciones y equipamientos, porcentaje / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

En la cuarta pregunta ¿Cómo calificaría la organización de los recursos materiales (material publicitario) en el i-TUR?, se obtuvo que 6 de los 32 turistas encuestados, equivalente al 19%, considera que la organización de los recursos materiales y material publicitario en el i-TUR es regular, 13 turistas valor equivalente al 41% de los encuestados, contestó que es buena, el 34%, es decir 11 turistas, consideran que organización de los recursos materiales y material publicitario es excelente y solamente 2 turistas, lo que equivale al 6%, consideran que es óptima.

Gráfico No. 15

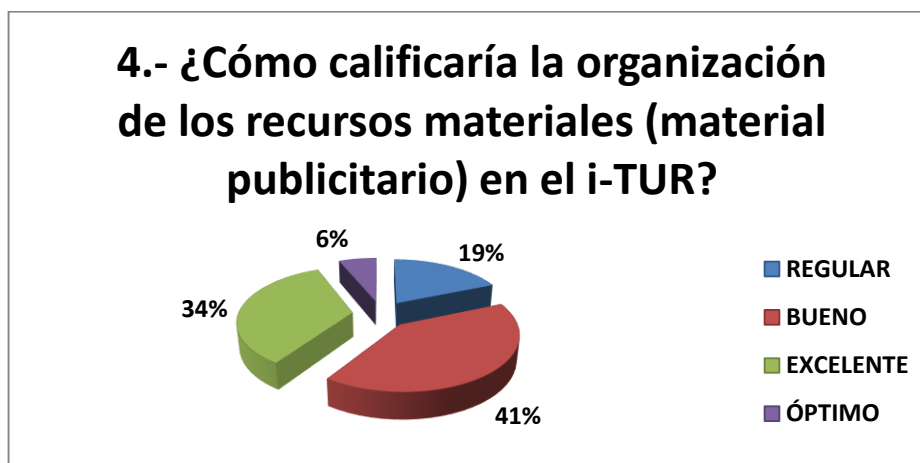


Recursos materiales / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

Gráfico No. 16



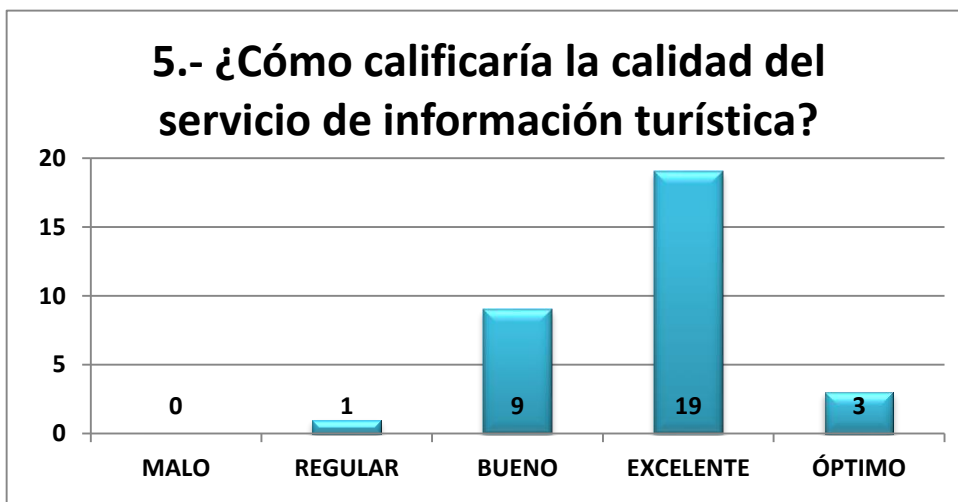
Recursos materiales, porcentaje / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

En lo que respecta a la quinta pregunta ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de información turística?, se obtuvieron los siguientes resultados: solamente 1 de los 32 turistas encuestados, valor equivalente al 3%, considera que la calidad del servicio de información turística en el i-TUR del cantón El Tambo es regular, 9 turistas, es decir el 28% de los encuestados, contestó que es buena, el 60%, es decir 19 turistas, consideran que la calidad del servicio de información es excelente y 3 turistas, lo que equivale al 9%, consideran que es óptima.

Gráfico No. 17

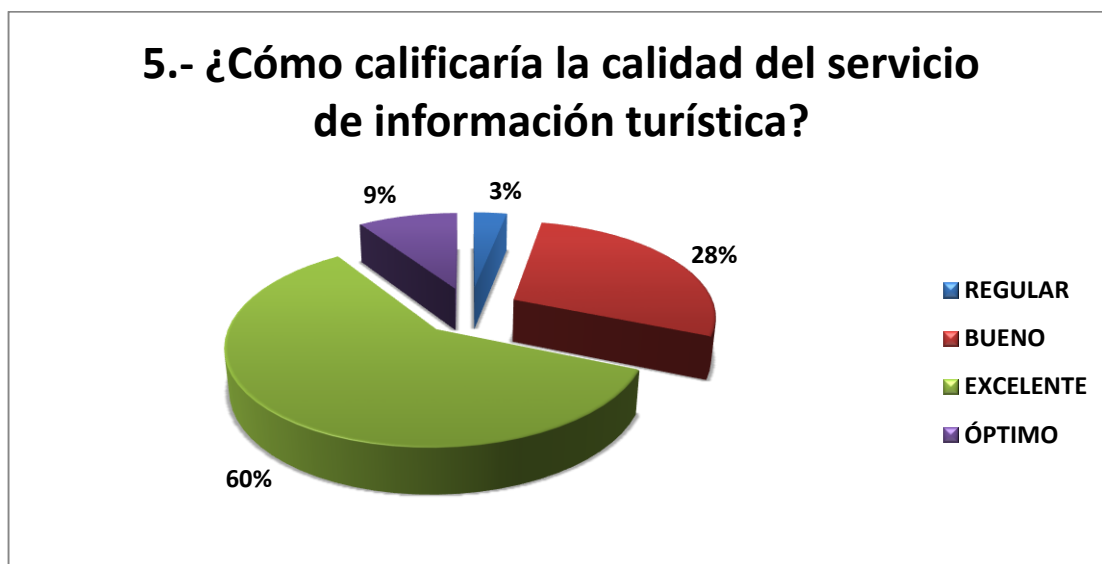


Calidad del servicio / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

Gráfico No. 18



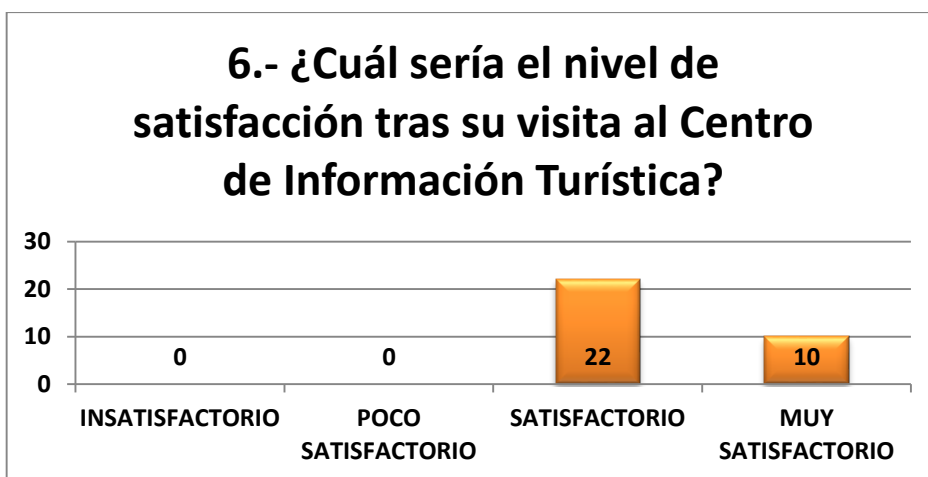
Calidad del servicio, porcentaje / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

En la sexta pregunta de la encuesta ¿Cuál sería el nivel de satisfacción tras su visita al centro de información turística? se obtuvo que el 69% de los turistas encuestados, es decir 22 personas, consideran que su visita al i-TUR del cantón El Tambo fue satisfactoria y el 31% restante, es decir 10 personas, contestaron que su visita al i-TUR fue muy satisfactoria.

Gráfico No. 19



Nivel de satisfacción / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014

Gráfico No. 20



Nivel de satisfacción, porcentaje / Elaboración: Israel Amaya M.

Fuente: Autor

Fecha: 21 Abril 2014



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Después de analizar la información obtenida en la investigación de campo en el centro de información turística del cantón El Tambo se puede concluir lo siguiente:

- El centro de información turística se ubica en un lugar de fácil acceso para el visitante y cerca de los principales atractivos turísticos de la zona.
- El profesionalismo del personal que labora en el i-TUR, su amabilidad y hospitalidad, el respeto y la seguridad con la que transmiten sus conocimientos al visitante hacen que la visita al establecimiento sea satisfactoria.
- Las instalaciones y equipamientos con los que cuenta el i-TUR brindan la comodidad necesaria para un correcto desempeño del servicio de información turística.
- El material publicitario con el que cuenta el i-TUR, en ocasiones no es suficiente para abastecer la demanda de turistas que solicitan el servicio de información.
- La información que se brinda a los visitantes del i-TUR es veraz y de calidad, pero siempre se puede mejorar en este aspecto.

Por otra parte se establece que los ámbitos en los que es necesario el desarrollo de buenas prácticas son el ámbito empresarial, el socio-cultural y el ambiental, dentro de dichos ámbitos existen varias áreas de implementación de buenas prácticas; para la elaboración del Manual de Buenas Prácticas para el i-TUR del cantón El Tambo es necesario tomar en cuenta las siguientes:

- Personal del establecimiento
- Recursos materiales y proveedores
- Organización
- Instalaciones y equipamientos
- Comercialización
- Satisfacción en atención al cliente
- Gestión medioambiental



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.4 Revisión de los objetivos y metas planteados en el proyecto de monografía

Objetivo:

- Realizar un diagnóstico de la situación del empleo de buenas prácticas en el centro de información turística (i-TUR) del cantón El Tambo.

Dentro de la investigación realizada para el desarrollo de esta monografía se pudo constatar que en el Centro de Información Turística de cantón El Tambo no existe el empleo alguno de un documento en el que se establezca un modelo de buenas prácticas para el desempeño de las actividades dentro del establecimiento (**Ver anexo # 1, pág. 101**), sin embargo los visitantes se sienten conformes con la calidad del servicio que reciben dentro del centro.



CAPÍTULO 2: ÁMBITOS DE DESARROLLO DE BUENAS PRÁCTICAS EN CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

2.1 Ámbito Empresarial

Dentro de los centros de información turística, la implementación de buenas prácticas en el ámbito empresarial, implica que la empresa cuente con una serie de directrices que ayuden a cumplir con la política de sostenibilidad de la misma, la política de sostenibilidad de la empresa guarda relación con la Misión, Visión y Objetivos de la institución puesto que en estos aspectos se estipulan los anhelos de sostenibilidad de la empresa; cada política debe estar previamente definida y establecida por la administración de la empresa.

En este sentido, la empresa Rainforest Alliance en la Guía Buenas Prácticas para Turismo Sostenible del año 2008 especifica que una empresa puede alcanzar la sostenibilidad aplicando las siguientes acciones:

- No usar más recursos que los que tiene la empresa.
- No utilizar los recursos económicos, sociales y ambientales sin pensar en los demás y/o en el futuro de todos.
- Administre la empresa con un equilibrio entre recursos económicos, sociales y ambientales.
- Tener presente que la sostenibilidad atiende el cuidado y administración del dinero, equipo y herramientas, al mismo tiempo, que desarrolla al personal de la empresa y cuida de su forma de vida y potencial de crecimiento. Por lo tanto, es indispensable proteger el medio ambiente en que se desarrolla el personal y la empresa, sin darle más importancia sólo al dinero, a la sociedad-personal o al medio ambiente.
- Comprender que la sostenibilidad es el resultado de la integración y balance entre el dinero, el ambiente y los aspectos sociales de las personas que integran la empresa (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible 2*).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Del mismo modo la Guía Buenas Prácticas para Turismo Sostenible da a conocer cuál es la importancia de la implementación de políticas de sostenibilidad en una empresa, expresando:

- Las empresas que logran ver sus acciones desde diferentes perspectivas y unifican distintos puntos de vista, tienen mayores posibilidades de sobrevivir, crecer y triunfar en mercados competitivos y difíciles que las empresas que mantienen ideas rígidas.
- Cuando el ambiente se ve afectado, positiva o negativamente, por las acciones de una empresa, la economía y las personas mismas sentirán las consecuencias. Se puede asegurar mejores resultados empresariales, sociales y ambientales, si el uso de los recursos de la empresa es racional, equitativo, medido y eficiente.
- La estabilidad emocional del personal de la empresa genera mayor compromiso, lealtad y entrega de parte de los trabajadores.

Así mismo, para aplicar la sostenibilidad en una empresa se deben tener en cuenta las siguientes reglas básicas:

1. Ningún recurso renovable debe utilizarse a un ritmo superior al que se requiere para reponerlo.
2. Ningún producto contaminante debe producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente.
3. Ningún recurso no renovable debe aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible 2*).

Al ser los centros de información turística entidades sin fines de lucro, las buenas prácticas aplicables en la entidad no irán directamente ligados a la generación de recursos económicos para la empresa, sino más bien se buscaría cumplir con las políticas de la empresa que “se refieren a herramientas que ordenan y estructuran la empresa, permitiendo definir criterios y marcos de actuación para la gestión en todos los niveles de la

UNIVERSIDAD DE CUENCA

empresa” (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible* 3), mejorar la calidad de los servicios brindados, el desarrollo personal y grupal del capital humano que forma parte de la entidad, uso óptimo y eficiente de los recursos de la empresa, etc.

Dentro de la aplicación de buenas prácticas en el ámbito empresarial de los centros de información turística, un aspecto importante a considerar es el recurso humano puesto que constituye la mano de obra de la institución que con su compromiso de brindar un buen servicio, buscan la satisfacción del cliente que constituye parte fundamental para el éxito de la empresa, y que en conjunto con otros aspectos ayuda a conseguir la sostenibilidad de la misma. Para garantizar el éxito que la empresa pueda tener, es necesario saber reconocer y aprovechar las capacidades de cada uno de los empleados, desarrollándolas y asignándoles responsabilidades que permitan ampliar sus conocimientos en las distintas áreas de trabajo, es decir creando y capacitando empleados poli funcionales que sean capaces de desenvolverse en cualquier área de trabajo de la empresa, un aspecto importante en este sentido se basa en la delegación de funciones a las distintas unidades administrativas de la empresa así como determinar los niveles jerárquicos de cada una de ellas; la delegación de funciones contribuyen a optimizar el uso del tiempo y esfuerzo en el desarrollo de las actividades asignadas al recurso humano de la empresa.

Imagen No. 2

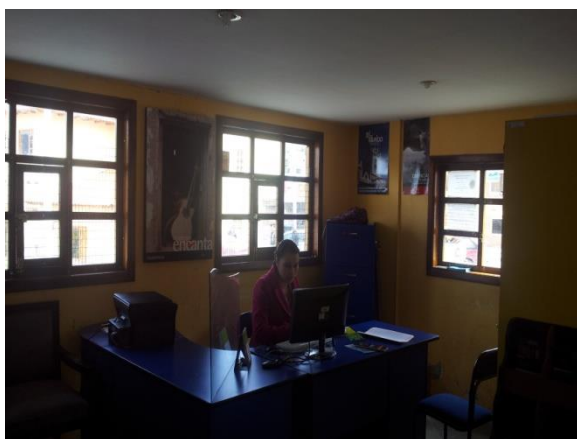
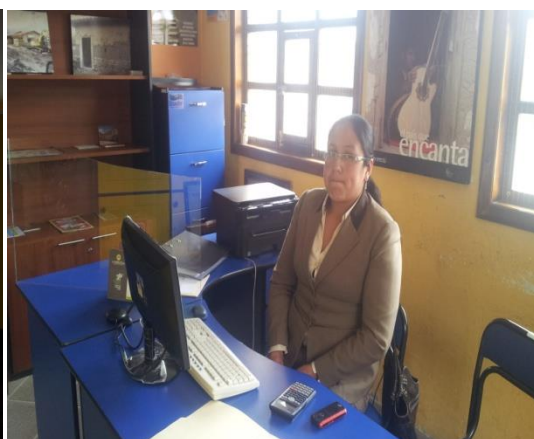


Imagen No. 3



Personal del Centro de Información Turística del cantón El Tambo / Fuente: Autor

Fecha: 03 Abril 2014



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En relación al recurso humano de las empresas turísticas, la Guía de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible menciona algunas pautas del por qué es importante la implementación de un programa de administración y desarrollo de recursos humanos en mencionadas empresas:

- El desempeño y calidad de servicio de una empresa está directamente relacionado con la calidad de su personal.
- Permite diseñar y ejecutar acciones para que el personal se desarrolle en sus puestos, estableciendo un estilo de gestión para actuar en forma responsable, facilitando el liderazgo y el trabajo en equipo, lo que permite:
- Aprovechar las capacidades de cada colaborador y desarrollar los aspectos personales, técnicos y operativos, cuyos conocimientos y habilidades permitan realizar una mayor cantidad y calidad de trabajo.
- Tener un panorama claro de las competencias le permite a la empresa aprovechar al máximo las cualidades desconocidas de su personal.
- Detectar las fortalezas y debilidades del equipo de trabajo y tomar acciones correctivas.
- Capacitar al personal en todos los temas relacionados con la sostenibilidad y la replicación de acciones en sus familias y comunidades (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible* 15).

En este sentido en el documento Buenas prácticas de relaciones laborales en las Américas de la Organización Internacional del Trabajo, OIT contempla que dentro de una buena práctica referente a las relaciones laborales del recurso humano de una empresa se deben considerar los siguientes elementos:

- Respeto a los principios y derechos fundamentales y, en particular, a la libertad sindical y negociación colectiva.
- Adaptación positiva de los trabajadores y empleadores al ambiente de trabajo y actitudes de cooperación y ayuda mutua.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Establecimiento de medidas efectivas para superar el conflicto entre empleados y ente empleados y directivos.
- Diálogo abierto: existencia de acuerdos, información y consulta entre la empresa y los representantes de los trabajadores.
- Desarrollo económico o medidas pactadas dirigidas a generar un mayor y mejor rendimiento económico.
- Política de formación interna que genere un aumento de la capacidad profesional de los trabajadores (Rueda-Catry y Vega, 12).

Por otra parte la aplicación de Buenas Prácticas en la empresa, pueden contribuir a que ésta se constituya como una empresa flexible y responsable, esto significa que la empresa permita una armonía entre la vida laboral y personal del talento humano que la constituye.

Según la Guía de buenas prácticas de la empresa flexible y responsable, la armonía entre la vida laboral y personal del trabajador, supone varias ventajas para la empresa, que se ven reflejadas en varios aspectos como por ejemplo, el incremento de la motivación del personal, aumento del grado de compromiso en el desarrollo y la productividad en la compañía, reducción del estrés de las personas en la empresa, reducción de costes derivados de la rotación y bajas laborales del personal, incremento de la competitividad empresarial, lo que supone un proceso de mejora continua, mejora cualitativa de la cultura empresarial (misión, visión y valores), disminución progresiva de en un clima laboral pesado, y mejora generalizada de las relaciones laborales (Comunidad de Madrid, 93).

Del mismo modo al considerarse una empresa flexible, se generan ventajas para el talento humano de la empresa que según la Guía de Buenas Prácticas de la Empresa Flexible y Responsable se ven reflejadas en la mejora del autoestima del talento humano, mejora de la motivación, reducción de costes familiares, Reducción de estrés, Menos enfermedades, lo que supone un menor porcentaje de bajas laborales, mayor grado de satisfacción interna por la conciliación de la vida laboral, familiar y personal, disponer de más tiempo para otros ámbitos de la vida, incremento de la empleabilidad y mejor desarrollo en



UNIVERSIDAD DE CUENCA

la trayectoria profesional en la misma empresa, es decir mayor estabilidad laboral y mayor equilibrio emocional y familiar, etc. (Comunidad de Madrid, 94).

Las buenas prácticas son de gran valor para la empresa debido a que se basa en sus valores, en la gestión de la calidad o eficiencia productiva, esto corresponde a un conjunto de acciones, técnicas, procesos, actividades, eficientes e innovadoras para promover su desarrollo, guardando relación con el medio donde se desarrolla la entidad, la población y las exigencias del mercado.

Al aplicar buenas prácticas lo que se busca es el éxito de las mismas, esto conlleva un constante monitoreo para determinar su buen o mal funcionamiento, si es conveniente la renovación o reemplazo de algunas prácticas que no han dado muy buenos resultados, y si en realidad han aportado a mejorar el desempeño de la empresa.

Finalmente, a partir de las buenas prácticas consideradas dentro de una empresa es necesario identificar las iniciativas que fomenten el mejoramiento empresarial, social y ambiental, orientadas a la creatividad, innovación y aprendizaje de las herramientas centradas en el mejoramiento de la actividad turística. Se pretende que con las buenas prácticas se homogenice e integre bajo un mismo protocolo el funcionamiento de la empresa, contando con el apoyo de todos quienes conforman la misma, generando así una mejora continua en los procesos empresariales.

2.2 Ámbito Socio-Cultural

Dentro del ámbito socio-cultural, el turismo como toda actividad genera impactos. En el siguiente cuadro se muestran varios impactos que la actividad turística genera en el ámbito sociocultural.

Cuadro No. 3

Factores asociados al turismo	Impactos positivos	Impactos negativos
El uso de la cultura como atracción turística.	Revitalización de las artes, tradiciones, festivales y lenguas. Incremento de las culturas tradicionales.	Cambio de las actividades tradicionales. Invasión de la privacidad.
Contactos directos entre turistas y residentes.	Ruptura de estereotipos negativos. Aumento de las oportunidades sociales.	Aumento de comercialización. Introducción de enfermedades. Efectos demostración.
Cambios en la estructura económica y roles sociales.	Mayores oportunidades económico-sociales. Disminución de desigualdades sociales.	Conflictos y tensión en la comunidad. Pérdida del lenguaje.
Desarrollo de infraestructuras.	Aumento de oportunidades de ocio.	Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio.
Aumento del número de turistas.	Mejora de la sanidad, educación y de la calidad de vida.	Congestión, multitud, aumento de la criminalidad.

Impactos Socioculturales del Turismo / Fuente: Ávila et al. p. 80

Hablar de buenas prácticas institucionales en el ámbito socio-cultural de los Centros de Información Turística no solo implica hablar del comportamiento empresarial responsable para la localidad en general, sino la relación entre la empresa y la sociedad para contribuir con su desarrollo, así como la gestión de la sostenibilidad generado por la empresa involucrando a las sociedad que está vinculada con su actividad participando directa o indirectamente, con el fin de contribuir en la solución de problemas que afectan el entorno de la empresa y la localidad.

Para un mejor entendimiento de la realidad local, se usa como referencia la comunidad, donde existen elementos compartidos entre los miembros de un grupo de personas, un conjunto de elementos que conforman un cuerpo de visiones sobre sí mismos y sus alrededores, es decir es un conjunto de factores que funcionan a nivel del todo. (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario*, 63).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En este caso la empresa debería implantar políticas de contribución a la localidad en aspectos en los que la localidad necesite. Otra forma con la que la empresa puede contribuir al desarrollo de la comunidad es implementando un programa basado en capacitar a la población sobre el uso de buenas prácticas en sus hogares, apoyar programas que favorezcan el desarrollo comunitario, apoyar al desarrollo de otras empresas de la localidad mediante la publicidad, repartición de volantes, recomendaciones, entre otros.

Tiempo atrás se decía que las empresas turísticas generan empleo y mejoran la condición económica de pocas familias, justifican su contribución a la sostenibilidad y desarrollo de la sociedad, dicho argumento en la actualidad carece de validez, pues el sector turístico es un sector donde las interrelaciones socioculturales son constantes, dinámicas e importantes para la calidad del servicio ofertado. Actualmente, las empresas turísticas forman parte de la localidad donde trabajan, a veces los empresarios se ofrecen para trabajar con las escuelas y dictar charlas sobre temas cotidianos en su operación, en otras ocasiones, la empresa presta sus instalaciones para que la comunidad se reúna y brinde charlas referentes a sus proyectos de desarrollo, el grupo social se desarrolla cuando tiene acceso a la organización y a los servicios básicos, tales como educación, vivienda, salud y alimentación, a ellos se les puede sumar el respeto ganado por sus formas ancestrales de vida (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible* 36).

Al mismo tiempo, el ámbito socio-cultural implica la adaptación de la empresa a la aplicación de principios que aseguren el compromiso que ésta tiene a llevar una conducta responsable que engloba a la localidad en la cual desempeña sus funciones, y por ende los recursos que le brinda dicha localidad para su funcionamiento, generando así un sentido de retribución por parte de la empresa para el desarrollo de la sociedad.

Con respecto al ámbito socio-cultural, es lógico que las buenas prácticas en la entidad se enfoquen en cubrir las necesidades que tiene la empresa y a su vez las necesidades de la sociedad, minimizando o evitando los impactos negativos que se puedan generar al cubrir dichas necesidades, lo que constituye un



UNIVERSIDAD DE CUENCA

compromiso lograr que la implementación de buenas prácticas en el ámbito socio-cultural sean protagonistas en el desarrollo de la organización y de la sociedad, debido a que la empresa defiende la idea de responsabilizarse frente la sociedad en la que se desenvuelve, obteniendo los máximos beneficios posibles y creando un entorno amigable para el ejercicio de sus actividades, independientemente de los servicios que la empresa ofrece, del sector a la que pertenece, etc.

En este sentido el i-TUR del cantón El Tambo, como medio de contribución al progreso de la sociedad, desarrolla talleres artesanales en los cuales participan pobladores de las diferentes comunidades que conforman el cantón, en dichos talleres se exponen muestras de artesanía tradicional que pueden ser vendidas directamente a turistas interesados en adquirirlas. Otro medio de contribución a la sociedad por parte del i-TUR del cantón El Tambo se centra en brindar el apoyo a los habitantes del cantón para que a través esta entidad puedan publicitar sus empresas turísticas, sean estas hoteles o restaurantes.

Las buenas prácticas en el ámbito socio-cultural atienden al compromiso que tiene la empresa de cumplir con las expectativas que la sociedad tiene sobre ella y de los beneficios que puede obtener de la entidad, de este modo se puede hablar de una empresa socialmente responsable, es decir que atienda las necesidades del medio social donde se desenvuelve. Desde el punto de vista de Ricardo Fernández García, en su libro *La dimensión económica del desarrollo sostenible*, para que una empresa se considere socialmente responsable, ésta debe responder satisfactoriamente a seis requisitos:

1. Ofrecer productos y servicios que respondan a necesidades de sus usuarios, contribuyendo a su bienestar.
2. Tener un comportamiento que vaya más allá del cumplimiento de los mínimos reglamentarios, optimizando en forma y contenido la aplicación de todo lo que es exigible.
3. La ética ha de impregnar todas las decisiones de directivos y personal con mando, y formar parte consustancial de la cultura de la empresa.
4. Las relaciones con los trabajadores han de ser prioritarias, asegurando unas condiciones de trabajo seguras y saludables.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

5. Ha de respetar con esmero el medio ambiente.
6. Ha de integrarse en la comunidad de la que forma parte, respondiendo con la sensibilidad adecuada y las acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendiéndolas de la mejor forma posible y estando en equilibrio sus intereses con los de la sociedad [...] (Fernández García, 207).

La aplicación de buenas prácticas en el ámbito socio-cultural de una empresa se consideran de carácter voluntario, las mismas que deberían ir encaminadas en la búsqueda de mejorar la calidad del negocio, razón por la cual es recomendable que al mismo tiempo la entidad desarrolle un conjunto completo de políticas encaminadas a conseguir un desarrollo sostenible en la organización.

En conclusión, el ámbito socio-cultural exige el respeto de las buenas prácticas y los valores reconocidos y del marco legal existente de la empresa para con la sociedad, con lo que, además, la empresa puede contribuir al desarrollo del cantón al maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales.

2.3 Ámbito Ambiental

La empresa para poder realizar la prestación de sus servicios consume gran cantidad de recursos, los mismos que producen muchos residuos, generando como resultado daños ambientales, por tanto es de gran importancia que la empresa implemente acciones y utilice herramientas para la reducción de generación de residuos y la contaminación ambiental en la que puede incurrir a través de su actividad, por lo que es necesario un análisis previo de los impactos que pueden generarse sobre el medio ambiente y en base a esto desarrollar un manual de buenas prácticas para disminuir o mitigar dichos impactos negativos. Las buenas prácticas ambientales en la gestión diaria de una empresa traen consigo beneficios para el medio ambiente y conservación del entorno, de la misma forma que contribuye a mejorar la imagen de la empresa ante su mercado puesto que éste percibe un incrementando en la calidad de los productos y servicios ofertados.

Cuadro No. 4

Objetivos de las Buenas Prácticas Medioambientales
Reducción de consumos energéticos y agua, además de reducir la generación de residuos y facilitar su reutilización.
Racionalizar el consumo de recursos naturales.
Minimizar los efectos de las emisiones atmosféricas, contaminación acústica y vertidos.
Mejora de la competitividad de la empresa.

Objetivos de las Buenas Prácticas Medioambientales / Fuente: Diputación de Valencia, p. 67

Con la finalidad de reducir los impactos ambientales negativos a través de la aplicación de buenas prácticas, una buena opción es que la empresa implemente un Sistema de Gestión Ambiental con el cual se pueden alcanzar de manera satisfactoria las políticas ambientales de la misma.

En este sentido uno de los Sistemas de Gestión Ambiental más conocidos y recomendados es La Norma ISO 14001, dicha norma basa su funcionamiento en la metodología PHVA, Planificar, Hacer, Verificar, Actuar, este proceso según la ISO se puede describir brevemente como:

Planificar: establecer el uso de procesos necesarios para conseguir los resultados que vayan de acuerdo con la política ambiental de la organización.

Hacer: poner en práctica los procesos.

Verificar: realizar un seguimiento y la medición de los procesos con respecto a la consecución de los objetivos de la política ambiental de la empresa e informar sobre los resultados.

Actuar: tomar e implementar otras acciones que sirvan para mejorar continuamente el desempeño del sistema de gestión ambiental. (ISO, http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_14001_2004.pdf).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La aplicación de Sistemas de Gestión Ambiental garantiza el correcto uso y gestión de los recursos empresariales, lo que supone reducción de consumo de los mismos, afirma la responsabilidad que la empresa guarda con el medioambiente en donde desarrolla sus actividades generando una buena imagen corporativa y manteniendo una relación amigable con sus clientes y la sociedad en general.

El manual de buenas prácticas ambientales en la oficina escrito por el programa Foro Pro-Clima Madrid del Ayuntamiento de Madrid nos brinda algunas razones por las cuales se deberían implementar un Sistema de Gestión Ambiental dentro de una empresa:

- Legislación medioambiental cada vez más exigente
- Optimización de recursos, lo que conlleva reducción de costes para la empresa.
- Identificación y control de potenciales impactos ambientales.
- Reducción de riesgos ambientales:
- Concienciación y responsabilidad por parte de los empleados.
- Ventaja competitiva para la empresa.
- Marketing empresarial, mejora de la imagen ambiental.
- Ayuda para la mejora continua de los procesos empresariales.
- Implantación y actualización de las buenas prácticas disponibles (Foro Pro-Clima Madrid, 15).

Se considera que las buenas prácticas ambientales son acciones que involucran cambios positivos en la empresa, principalmente se centran en reducir al máximo los impactos negativos ambientales, el ahorro y correcto uso de los recursos con los que cuenta la empresa, además, proponen directrices útiles que se puede aplicar de manera sencilla en la empresa con el objetivo de mejorar su gestión y en pro de la conservación; para que las buenas prácticas ambientales tengan éxito es necesario que el capital humano se familiarice con su implementación y se comprometa a cumplirlas de la mejor manera.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En la Guía de Buenas Prácticas Ambientales de la Universidad de Córdoba, se manifiesta que las Buenas Prácticas Ambientales son medidas sencillas y útiles que podemos adoptar tanto los trabajadores y trabajadoras como las empresas a favor de reducir el impacto ambiental negativo de sus actividades, son acciones que contribuyen a reducir los riesgos de daños ambientales y promueven el ahorro de los recursos y una gestión sostenible de la actividad empresarial, mejorando la competitividad empresarial a cambio de un nulo o bajo coste económico de implantación.

Para garantizar que la implantación de éstas prácticas tenga éxito y logren un cambio real es necesario que los trabajadores y trabajadoras colaboren y se comprometan con el uso de las mismas en las actividades desarrolladas dentro de la empresa. La aplicación de buenas prácticas ambientales en las empresas y lugares de trabajo, beneficia directamente al reducir riesgos laborales y proteger el entorno (Universidad de Córdoba, 6).

La empresa dedicada a la prestación de servicios debe comprometerse con el respeto al medio ambiente exclusivamente integrando criterios de sostenibilidad en la gestión de sus bienes y servicios.

Para que la empresa se encuentre en completa armonía con su entorno es importante que éstas diseñen y planifiquen los procesos de prestación de servicios y uso de los recursos, al igual que la participación activa de sus empleados, fomentar la información y participación de los clientes, con el objeto de favorecer su colaboración para alcanzar los objetivos.

Los objetivos de la aplicación de buenas prácticas ambientales en los Centros de Información Turística se centran en instruir al personal de la empresa sobre las maneras de reducir el consumo excesivo de recursos, tratar de mermar el deterioro que provoca la actividad y disminuir la generación de desechos, además de establecer un manejo correcto de los mismos.

En la guía Buenas prácticas para Turismo Sostenible de Rainforest Alliance se mencionan algunos temas en los que las empresas turísticas deberían basarse al momento de implementar buenas prácticas, mencionados aspectos incluyen



UNIVERSIDAD DE CUENCA

calentamiento global, agua, energía, biodiversidad, conservación, desechos sólidos, contaminación y educación ambiental, asimismo hace la siguiente reflexión: “las buenas prácticas para el turismo sostenible forjan destinos turísticos responsables [...] Su contribución a la conservación de la biodiversidad y al bienestar de las comunidades locales es una muestra que ejemplifica que el turismo y desarrollo sostenible pueden ir de la mano” (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible* 63).

2.4 Revisión de los objetivos y metas planteados en el proyecto de monografía

Objetivo:

- Determinar las buenas prácticas que se deben implementar en el centro de información turística (i-TUR) del cantón El Tambo.

Con la investigación realizada para el desarrollo del presente trabajo monográfico, se ha determinado que las buenas prácticas que se deben implementar en el Centro de Información Turística de cantón El Tambo tienen que desarrollarse necesariamente en tres ámbitos que son: el ámbito empresarial, el socio-cultural y el ambiental.

CAPÍTULO 3: MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: I-TUR EL TAMBO

3.1 Antecedentes

El Centro de Información Turística del cantón El Tambo abre sus puertas el primero de mayo del año 2009, por iniciativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural de El Tambo, GADIMET, y tras la rehabilitación de la línea férrea que comprende 3,5 kilómetros de ruta entre los poblados de El Tambo y Coyoctor, donde se encuentra el complejo Arqueológico Baños del Inca.

Imagen No. 4



Vista Lateral del i-TUR del cantón El Tambo / Fuente: Autor

Fecha: 03 Abril 2014

Desde su creación, el Centro de información Turística del cantón El Tambo ha estado bajo órdenes del Departamento Desarrollo Comunitario Turismo y Cultura de la Municipalidad del cantón, por lo que no dispone de ningún plan o manual operacional en donde se establezcan directrices para el desempeño de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

actividades dentro del establecimiento, así como tampoco se dispone de visión, misión y objetivos de la organización como tal.

En este sentido, Joaquín Rodríguez Valencia en su libro *Cómo elaborar y usar los manuales administrativos* especifica que el uso de los manuales como herramienta de la administración es reciente, puesto que comenzaron a utilizarse durante el periodo de la Segunda Guerra Mundial, aunque ya existían algunas publicaciones en las que se proporcionaba información e instrucciones sobre ciertas formas de operar de un organismo, tal es el caso de circulares, memorándums, instrucciones internas, etc.

Con la creación de estos instrumentos fue posible llevar un control tanto del personal de una organización como de las políticas, estructura funcional, procedimientos y otras prácticas de las organizaciones de manera sencilla, directa, uniforme y autorizada,

Con el transcurrir de los años los manuales se adaptaron para ser más técnicos, claros, concisos y prácticos, y comenzaron a aplicarse a diversas funciones operacionales de las empresas (Rodríguez, 54).

Con la creación del presente manual para el Centro de Información Turística del cantón el tambo se pretende conseguir la implementación de Buenas Prácticas institucionales destinadas al mejoramiento y estandarización de la calidad de los servicios brindados en el Centro de Información Turística.

3.2 Objetivos

- Brindar al personal del centro de información turística I-TUR una fuente de consulta escrita con directrices específicas en el desempeño de su trabajo.
- Establecer normas y directrices que promuevan el uso racional de los recursos naturales, materiales y tecnológicos con los que cuenta el Centro de Información Turística.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Crear conciencia ambiental tanto en el Personal del Centro de Información turística como en los usuarios de los servicios que se brindan en la institución.

3.3 Presentación

Un manual de buenas prácticas es un documento de gran importancia en el desempeño de las empresas, contiene la información necesaria para llevar a cabo de manera precisa y secuencial las tareas y actividades operativas que son asignadas a cada unidad administrativa de las organizaciones.

El presente documento se ha elaborado con la finalidad de brindar una fuente de consulta escrita para el personal de los centros de información turística, en concreto del i-TUR del cantón El Tambo, que diariamente está vinculado a ofrecer el servicio de información de carácter turístico a visitantes nacionales y extranjeros. Aquí se identifica el uso de procedimientos, normas, sugerencias y directrices referentes a la aplicación y sistematización de buenas prácticas institucionales (**Ver Anexo # 4, pág. 111**), con el fin de lograr un servicio de calidad y también busca la excelencia con respecto a la sostenibilidad ambiental y el uso eficiente de recursos.

3.4 Generalidades: terminología y conceptos base

Para un mejor entendimiento del contenido de este documento, se detallan a continuación algunos conceptos base:

Buenas prácticas.- Las buenas prácticas constituyen innovaciones orientadas al mejoramiento de la calidad de las instituciones, dichas buenas prácticas representa un esfuerzo de trabajo por parte de los miembros de las organizaciones, aplicando sencillos y pequeños cambios en la forma de realizar las cosas, estos cambios en la gestión empresarial pueden servir de modelo para otras organizaciones.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El Programa Nacional de Desarrollo Infantil Primeros Años de la república Argentina, manifiesta que una práctica se considera buena cuándo cuenta con algunas características básicas, por ejemplo:

- Es previamente inexistente.
- Promueve una transformación real
- Optimiza los recursos existentes (humanos, financieros, institucionales) demostrando un empleo efectivo de los mismos y un aprovechamiento eficaz de las oportunidades que ofrece el contexto.
- Tiene un efecto multiplicador, puesto que las acciones empleadas pueden ser imitadas y adaptadas a otras realidades.
- Genera una situación de aprendizaje y producción de conocimiento.
- Es sostenible en el tiempo (Programa Nacional de Desarrollo Infantil Primeros Años, 10).

Turismo.- Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, OMT “el turismo comprende las actividades que hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo mayor a 24 horas e inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros”, para un mejor entendimiento del concepto la OMT agrega que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales, por ende, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno, en la población local de los lugares visitados y en los propios visitantes. Debido a estos diversos impactos es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, gestión y la supervisión de la actividad turística, para ello, se recomienda la formulación y uso de políticas de turismo nacional y local, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo (OMT, <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>).

Turista.- Se conoce popularmente con el término de turista a “aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e



UNIVERSIDAD DE CUENCA

incluye pernoctación en el punto geográfico de destino” (Turismo tour, <http://www.turismotour.com/turista>)

Noelia Cabarcos define turista o visitante que pernocta a “aquella persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un período de tiempo superior a veinticuatro horas, diferenciando este concepto del correspondiente al visitante de día o excursionista, cuya estancia es inferior a este tiempo” (Cabarcos, 2).

Información.- La información es un fenómeno que proporciona significado o sentido a las cosas, e indica mediante códigos y conjuntos de datos, los modelos del pensamiento humano.

La información procesa y genera el conocimiento humano. Aunque muchos seres vivos se comunican transmitiendo información para su supervivencia, la diferencia de los seres humanos está en su capacidad de generar y perfeccionar tanto códigos como símbolos con significados que conformaron lenguajes útiles para la convivencia en sociedad y por ende su comunicación (Mxgo, <http://www.mxgo.net/Plan-UTEA-2007/Modulo5/fisico-matematicas/01%20D.B.%20-%20Sistemas%20de%20Informacion%20%20I.pdf>).

El propósito de la información puede ser de dos tipos: el de reducir la incertidumbre o falta de conocimiento sobre algo y el de aumentar el conocimiento acerca de algo que ya se conoce, esto genera mayor seguridad en la persona y permite tomar decisiones con mayor probabilidad de acierto.

Información turística.- Comprende un conjunto de servicios que se le proporciona al turista antes de realizar su viaje o en el lugar de destino; en el Ecuador los establecimientos encargados de atender a los turistas en sus inquietudes son los centros de información turística, que normalmente se encuentran a cargo de entidades gubernamentales y brindan el servicio de información de forma gratuita. Para transmitir de mejor manera la información que el turista necesita, ésta puede estar acompañada del uso de material publicitario como guías, mapas, tarjetas, hojas volantes, etc.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Oriol Miralbell Izard en su libro Gestión de oficinas de turismo manifiesta que La información se distingue de los datos por sus características de utilidad. Un dato describe un hecho o un objeto de una manera objetiva y según unos parámetros aceptados, por otra parte la información contiene datos que explicados en un contexto tienen una utilidad para poder generar más información; La información turística no es diferente de cualquier otra información, puesto que solo se distingue por su utilidad en el entorno de la actividad turística (Miralbell, 77).

El servicio de información turística se basa en diferentes procesos como búsqueda, gestión y organización de datos informativos, aprovechando para ello sistemas informáticos y herramientas de trabajo, necesarios para facilitar dicha información a los usuarios-turistas.

Promoción turística.- Se relaciona con actividades de promoción y marketing de la imagen de un determinado destino turístico, con sus productos y servicios, dirigido hacia el mercado nacional e internacional a través del trabajo especializado ejecutado por los diferentes actores de la actividad turística que en el caso del Ecuador son: Ministerio de Turismo, Cámaras de Turismo, Fundaciones de Turismo y Oficinas de Información Turística.

Algunos objetivos de la promoción turística son:

- Generar mayor rentabilidad en un destino aumentando el segmento de mercado a través de la promoción.
- Resaltar las características y dar mayor valor a los distintos productos y servicios ofertados.
- Tratar de aumentar la demanda de turistas a los destinos en temporada baja.

Cuadro No. 5

	Estática	Dinámica
Durante el viaje	Folletos Guías de viajes Literatura de viajes Guías multimedia Vídeos informativos Cine Mapas	Teléfono, fax, e-mail Agentes de viajes CRS-GDS Internet
Antes del viaje	Puntos de información Guías de viajes Folletos TV interactiva de los hoteles Publicidad directa Mapas	Teléfono, fax, e-mail Sistemas de información de destinos Internet Informadores turísticos Guías turísticos

Medios de transmisión de información turística / Fuente: Joaquín Majó y Nuria Galí, p. 85

Oficinas de Información turística.- Las oficinas de información turística, son entidades o dependencias de carácter público que brindan sus servicios de forma gratuita y cuya principal función es la de asesorar y brindar información a los usuarios-turistas sobre atractivos y actividades de índole turística en el lugar donde estén ubicadas.

Oriol Miralbell Izard, en su obra *Gestión de oficinas de turismo*, comenta que las oficinas de turismo es un servicio esencial en los destinos turísticos, cuyas actividades han ido ampliándose en función de los cambios que ha experimentado la actividad turística, es decir el servicio de información es solo una parte de las funciones que realiza, si bien es cierto que existen oficinas de turismo cuya tarea principal es la de ofrecer información y dar acogida al turista, no existen oficinas que no lleven a cabo otras tareas, como la de promoción, informar al sector local sobre la demanda que les llega, o que no propongan mejoras a las autoridades para aprovechar las nuevas oportunidades que han detectado a través del intercambio de información con los turistas, por lo tanto, limitar la función de una oficina de turismo a la información es algo que raramente se corresponde con las tareas que llevan a cabo en realidad dichas entidades (Miralbell, 17).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Calidad.- Se dice que la calidad es una cualidad y propiedad esencial de las cosas, que permite que éstas sean comparadas con otras de su misma especie, partiendo de esto podemos decir que la definición de calidad nunca puede ser precisa, ya que se trata de una apreciación subjetiva, que se basa en el nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio, por lo tanto se puede afirmar que a mayor conformidad, mayor es la posibilidad de que el usuario vuelva a comprar o utilizar el mismo bien o servicio.

Concepción Llamas, en su libro Marketing y gestión de la calidad turística asevera que el concepto de calidad ha variado a lo largo del tiempo y varía según el contexto en el que sea utilizado, en términos simples se dice que un producto o servicio es de calidad cuando cumple las expectativas del cliente, pero en la práctica, la calidad es lo que sitúa una empresa por encima o por debajo de los competidores, y lo que hace que, a medio o largo plazo, empresa progrese o se quede obsoleta; la calidad se presenta como sinónimo de buena gestión empresarial, lo que se traduce en productos y servicios competitivos.

Dentro del concepto global de calidad se encuentra el de gestión de la calidad, que se define como el conjunto de acciones planificadas y sistemáticas necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio satisfará las expectativas de los clientes (Llamas, 49).

3.5 Áreas de Implementación

3.5.1 Personal del Establecimiento

El personal de una empresa, sobre todo en las que se ejecutan actividades turísticas, es una pieza fundamental para que estas actividades se desarrollen de la mejor manera posible, y así poder satisfacer y sobrepasar las expectativas del cliente; por tanto, es imprescindible crear un manual que determine buenas prácticas al momento de otorgar al visitante información sobre el lugar y demás requerimientos que necesite. Se podría

UNIVERSIDAD DE CUENCA

considerar como una ayuda para las personas que tienen contacto directo con los turistas y que son los responsables de generar la imagen sobre la ciudad o establecimiento turístico que el visitante desea conocer.

Imagen No. 5



Personal del i-TUR del cantón El Tambo, Sta. Diana Lazo / Fuente: Autor

Fecha: 04 Abril 2014

A pesar de que en nuestro país el servicio de información no tiene costo para los turistas o para personas de la localidad, cabe recalcar que de igual manera se les considera clientes y se debe tratar de que estos se lleven una buena impresión y obtengan adecuada información sobre lo que soliciten.

La planta de empleados, dentro de un establecimiento que presta el servicio de información turística, debe tener en claro algunos factores clave para brindar dicho servicio:

1. El personal que labora en Centros de Información Turística deberá poseer un alto nivel de conocimiento en idiomas extranjeros, para lo cual es necesaria la constante capacitación a los empleados, por parte de la empresa.
2. La presentación del personal a la hora de la prestación del servicio de información turística demandada por el usuario-turista es muy importante



UNIVERSIDAD DE CUENCA

puesto que, de una u otra forma, refleja sus expectativas en el nivel de servicio a recibir, por lo cual el recurso humano debe enfocarse en aspectos tales como:

- **Apariencia.-** El personal del establecimiento en el caso de las oficinas de información turística, siempre está en contacto e interactuando con el cliente, es por ello que la apariencia del personal tiene gran importancia; un empleado descuidado en su apariencia puede producir un rechazo por parte del usuario-turista, lo que a su vez genera una mala imagen e impresión del cliente sobre el establecimiento.
- **Aspecto físico.-** Debe estar reflejado en el aseo personal, que ayudará a que el cliente se lleve una mejor imagen de la empresa. Dentro de este enunciado, señalamos a continuación los aspectos básicos que deben tener en cuenta el personal del establecimiento:

Hombres:

- Rostros limpios y rasurados
- Limpieza dental
- Manos limpias
- Uñas cortas y limpias
- Cabello corto, y peinado adecuado

Mujeres:

- Maquillaje discreto
- Limpieza dental
- Limpieza del rostro
- Cabello recogido en la medida de lo posible
- Sus manos deben estar limpias
- Sus uñas deben estar limpias y si están pintadas debe ser con tonos claros de esmalte

UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Uniforme.-** El correcto uso del uniforme de la institución evita que el personal se vista de manera inapropiada y den una imagen equivocada de la empresa, es por esto que los empleados deberán vestir el uniforme en perfectas condiciones, teniendo en cuenta lo siguiente:
 - Las prendas del uniforme deben estar completamente limpias y sin arrugas
 - En la medida de lo posible no utilizar joyas llamativas o vistosas, utilizar un reloj discreto es permitido
 - Los zapatos deben estar limpios, relucientes y en perfectas condiciones
 - No utilizar perfumes con aromas fuertes, pueden causar malestar a cierto tipo de clientes.

Imagen No. 6



Uniforme del personal del i-Tur del cantón El Tambo / Fuente: Autor

Fecha: 03 Abril 2014



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3. La actitud del personal debe basarse en la satisfacción de la expectativas del cliente, que permita ofrecer un servicio homogéneo a los que requieran de información turística, considerando, además:

- **Amabilidad y Hospitalidad.-** Otorgando la información que el turista desee siempre con buena predisposición, tratando de pensar que estamos ayudando sin considerar al cliente como una persona molesta.
- **Sentido de pertenencia con la empresa.-** El personal de la empresa, debe sentirse parte de la entidad, de lo contrario no prestará un buen servicio y el establecimiento no podrá alcanzar altos niveles de satisfacción en los clientes.
- **Respeto.-** Siempre debe encontrarse un vínculo cliente – empleado, puesto que, es quien le prestará el servicio, pero es importante guardar distancia para que el turista no sienta que perdió su estatus de cliente.
- **Seguridad.-** Se debe convencer al turista de que el empleado tiene un vasto conocimiento sobre lo que le está ofreciendo, con esto el cliente se sentirá seguro y confiará plenamente en los servicios brindados por la empresa, haciendo que el turista pueda tomar decisiones seguras sobre cómo, dónde y cuándo desarrollar sus actividades.

Por otra parte, es importante considerar un proceso de prestación de servicio, desde que llega el cliente hasta que ya ha adquirido el servicio, todo esto para llegar a la estandarización del mismo. A continuación, se presenta un posible procedimiento para llegar a cumplir con la satisfacción al cliente:

- Dar la bienvenida al visitante de la manera más cordial posible. (Dependiendo del establecimiento, se brindará u ofrecerá café, bocadito, etc., aunque no es imprescindible).
- Siempre recibir al cliente con una sonrisa.
- Pedirle que tome asiento, y si está ocupado todo el personal, decirle que espere que en un momento se lo atenderá.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una vez que el cliente está frente a frente con el empleado, este último debe entablar una pequeña conversación a manera de introducción donde puede preguntar:

- País de procedencia
- Si el turista está solo o acompañado en el lugar
- Tiempo aproximado de estadía en la localidad
- Información para contactarlo
- Otros aspectos que el empleado estime conveniente, sin que sean de índole personal
- Se preguntará el servicio que desea, o hacia dónde se está dirigiendo, en síntesis, lo que necesita.
- Dirigir la mirada a los ojos de la otra persona cuando esta nos está hablando y asentir o negar con la cabeza para dar más énfasis a lo que la otra persona nos está comunicando.
- Usar un tono de voz adecuado y hablar pausadamente.
- No cruzar los brazos cuando estemos tratando con un cliente porque esto puede dar la idea de una barrera en la comunicación.
- Una vez otorgado el servicio, se despide cordialmente, y se le ofrece algún tipo de publicidad que se encuentra en el local. Además brindar recomendaciones sobre seguridad, lugares que puede visitar, etc.

Cuando un empleado de un centro de información turística trata con un cliente, no se debe:

- Comer o beber delante de los clientes
- Fumar
- Masticar chicle
- Hacer movimientos bruscos o gestos inapropiados
- Hablar por teléfono mientras se atiende a un cliente (salvo si es absolutamente necesario, en ese caso se le pide al cliente que nos disculpe un segundo mientras atendemos la llamada).
- Interrumpir cuando la otra persona nos está hablando.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Recostarse sobre el escritorio o silla mientras se está atendiendo a un cliente.

4. La preparación y capacitación del personal del establecimiento en cuanto a la información sobre la localidad o demás datos que puedan ser requeridos por los clientes es fundamental al momento de realizar la labor de prestación de información turística, a continuación se presentan algunos aspectos importantes sobre este enunciado:

- El personal a cargo de la prestación del servicio de información turística deberá estar capacitado para brindar información sobre lugares de interés turístico como: atractivos y sitios de interés, restaurantes, alojamiento en la ciudad, centros comerciales y negocios, museos, entre otros:

Atractivos: deberá conocer todos los atractivos de la localidad, dando a conocer al turista cuanto tiempo le toma llegar a este lugar, cómo puede llegar al mismo, si tiene algún costo (valor) el ingreso, qué ofrece el atractivo, etc.

Restaurantes: tendrá conocimientos sobre los tipos de restaurantes (gourmet, buffet, sencillos, temáticos, típicos, etc.), que existen en la localidad, establecimientos recomendados por los mismos turistas que han llegado al lugar, costo promedio de un plato (por categoría), ubicación, horarios de atención, etc.

Alojamiento en la ciudad: es uno de los aspectos más relevantes y que más requieren los turistas, por lo que el personal deberá tener gran conocimiento sobre este aspecto como: los tipos de alojamiento (hoteles, hostales, pensiones, hosterías, etc.) que existen en la localidad, categorías de los establecimientos (segunda categoría, primera categoría, o de lujo), costo promedio por categoría, recomendaciones según el tipo de alojamiento que desea el cliente, etc.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Centros Comerciales y de Negocios: ubicación de los mismos, horarios, etc.

Museos: temática de los mismos, horarios de atención, costos del ingreso, ubicación, posibles exposiciones vigentes, etc.

3.5.2 Recursos Materiales y Proveedores

Par llevar a cabo un correcto manejo de los recursos materiales y proveedores es necesario analizarlos de forma separada a cada uno de ellos.

3.5.2.1 Recursos Materiales

Los recursos materiales de un centro de información turística se refieren a un conjunto de elementos como mapas, afiches, folletos, agendas culturales, posters, referencias de establecimientos de alojamiento y restauración, entre otros que ayudan a satisfacer la necesidad de información requerido por los turistas. Dichos recursos deben ser precisos, fáciles de usar, útiles y lo más importante que se encuentren disponibles para la utilización de los turistas, para poder satisfacer de la mejor manera las necesidades de nuestro cliente.

Puesto que la mayor parte del material publicitario es otorgado por los propios establecimientos a las oficinas de información turística, para que estas a su vez puedan brindar esta información al turista se deben tomar en cuenta algunos parámetros:

- Se debe conocer la categoría, información básica (ubicación, formas de acceso, teléfonos de contacto, etc.), y datos relevantes de los establecimientos de los cuales tenemos material publicitario.
- Se debe considerar, si los establecimientos de los cuales se posee el material publicitario, no han generado insatisfacción de los clientes a los cuales se les recomendó visitarlos en anteriores ocasiones; con esto, surge la necesidad de realizar encuestas a los clientes, de manera personal (si regresan al centro de información), o a través de encuestas telefónicas o vía e-mail, por lo cual, ahora incrementa su valor lo

UNIVERSIDAD DE CUENCA

expuesto en el tema de personal del establecimiento sobre la información para contactarlo.

- No se implantará ningún costo a las empresas que deseen promocionarse mediante el centro de información turística, pero el costo de su material deberá ser cubierto totalmente por la empresa a promocionarse.
- El material publicitario deberá ser de fácil interpretación, para que el turista pueda captar la información.
- Los establecimientos deberán estar registrados en el Ministerio de Turismo del Ecuador y tener todos los requisitos necesarios para su funcionamiento.
- Muchas provincias, cantones e incluso destinos turísticos también recurren a los centros de información turística fuera de su territorio para poder promocionarse en otras jurisdicciones, se debe tener en consideración especificar al turista en que parte del país o región se encuentran dichos atractivos.

Imagen No. 7



Imagen No. 8



Material publicitario / Fuente: Autor

Fecha: 14 Marzo 2014

El centro de información turística difundirá la papelería que le corresponde, como: Agendas Culturales, Mapas Turísticos, Mapas Viales, Posters, etc., los mismos que cumplirán con algunos requisitos.

UNIVERSIDAD DE CUENCA

Agenda Cultural.- Deberá ser actualizada cada mes, en donde se determinará las actividades que se desarrollarán en dicho periodo de tiempo, lugar, fecha y hora, además si dichas actividades tendrán costo (valor si lo tiene) y otros puntos que deseen agregar que tienen menor relevancia.

Mapas Turísticos.- Deberán ser de fácil interpretación, y tendrán los atractivos turísticos más importantes de la ciudad, país o región, además de una clara simbología.

Mapas Viales.- Deberán estar correctamente actualizados y contener una simbología clara.

Los materiales deberán estar ordenados de tal forma que permita a los empleados saber su ubicación, ahorrando tiempo y espacio. La manera de ubicarlos puede ser:

- Por regiones, provincias y cantones en orden alfabético.
- Por tipo de establecimientos (alojamiento, restaurantes, etc.).
- Folletería en general.

Se podría aceptar otro tipo de organización de materiales, siempre y cuando contribuya a la mejor utilización de los mismos y a la optimización del tiempo que utilizan los empleados al momento de disponer de ellos.

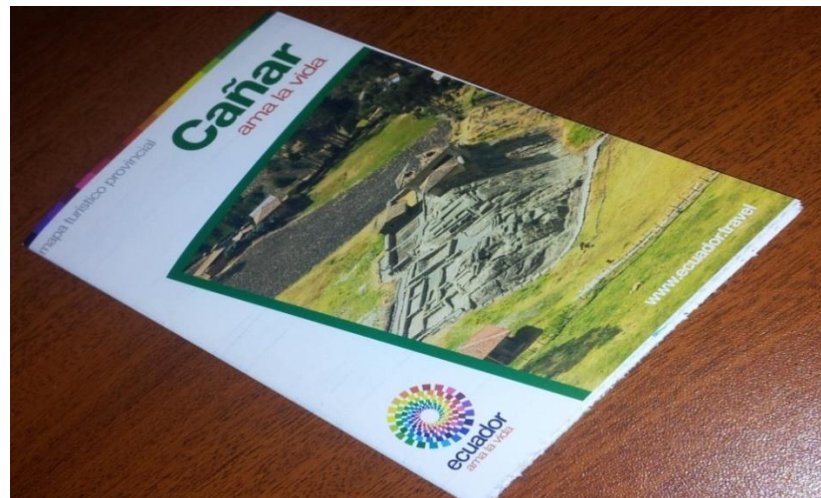
Imagen No. 9



Mapa Turístico del Ecuador / Fuente: Autor

Fecha: 14 marzo 2014

Imagen No. 10



Mapa Turístico de la Provincia del Cañar / Fuente: Autor

Fecha: 14 Marzo 2014

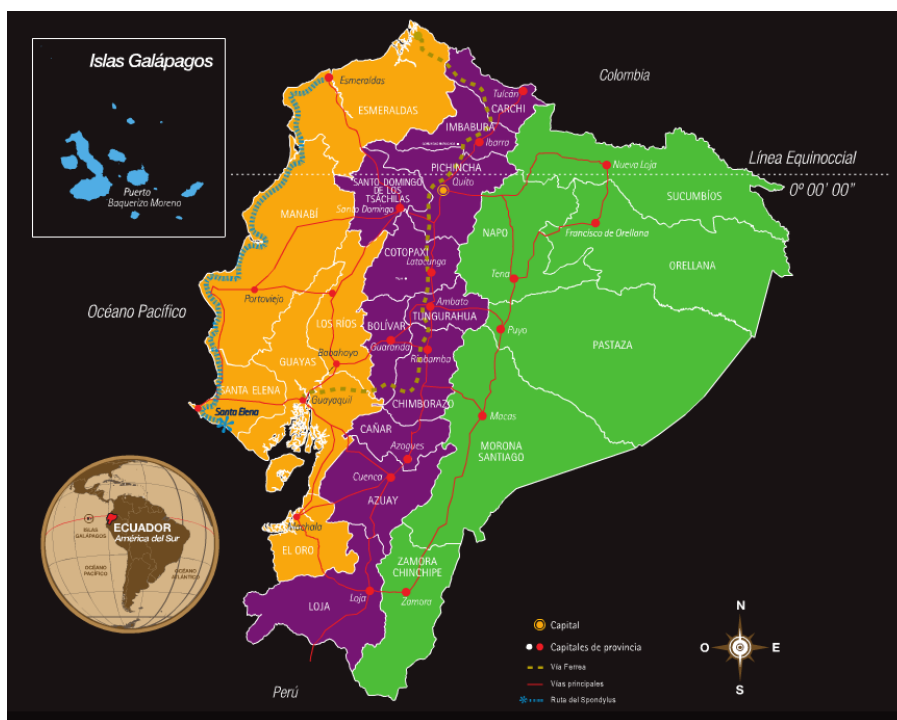
Imagen No. 11



Guía Turística del cantón El Tambo / Fuente: Autor

Fecha: 14 Marzo 2014

Imagen No. 12



Mapa vial del Ecuador / Fuente: Ministerio de Turismo

3.5.2.2 Proveedores

Los proveedores son elementos fundamentales para desarrollar actividades de prestación de información turística, que permiten satisfacer los requerimientos de los visitantes.

Imagen No. 13



Logo Ministerio de Turismo del Ecuador / Fuente: Ministerio de Turismo

Imagen No. 14



Marca País, Ecuador ama la vida / Fuente: Inti Network

Los proveedores se pueden fragmentar en dos grupos: proveedores de material ofrecido por la empresa de información a los clientes y proveedores de material publicitario de sus propias empresas turísticas.

1. En el primer grupo, que son los proveedores de material que distribuye el centro de información turística a los solicitantes, se debe considerar, que en el Ecuador, los Centros de Información Turística al ser establecimientos sin fines de lucro están manejados por entidades gubernamentales o municipales.

- El proveedor deberá otorgar al centro de información turística el material necesario, cada cierto tiempo, considerando la afluencia de turistas al lugar.
- La folletería debe estar en buen estado, legible y su contenido deberá ser impreso en alta calidad.
- Los proveedores deberán establecer convenios con empresas de folletería con la finalidad de reducir costos en la elaboración de la publicidad y para que la calidad de la misma no varíe.

2. Cuando los proveedores son empresas turísticas que buscan promocionar su establecimiento o atractivos, los parámetros dependerán del nivel de calidad que desean reflejar de su entidad, por lo que deberían tener en cuenta:

- Que el material publicitario sea de la mejor calidad posible.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Estar pendientes sobre la cantidad de material con la que cuenta el centro de información turística para poder reponerlo a tiempo.
- Que los datos impresos en papelería sean los adecuados.
- Si existe simbología, esta debe ser clara y precisa, de manera que no confunda al turista.
- En la medida de lo posible, la información detallada en el material publicitario debe estar en español e inglés, con el fin de facilitar el entendimiento de la información a los turistas extranjeros.

3.5.3 Organización

La organización del centro de información turística debe estar bien estructurada, enfocada principalmente en la consecución de la satisfacción de las necesidades de los clientes, facilitando y agilizando los procesos de la empresa mediante la distribución equitativa de funciones al personal del establecimiento, de tal modo que si surgen inconvenientes en alguna de las áreas, no complicar el desempeño de todo el equipo de trabajo, para ello se debe tener en cuenta algunos puntos que se deben priorizar en la organización del trabajo y del material que se distribuye en el centro de información turística:

- Es indispensable dar a conocer al personal del centro de información turística que está en contacto directo con el cliente, que el cliente es lo principal en la compañía, y por ello se debe destinar el tiempo y esfuerzo necesarios para lograr satisfacer sus necesidades.
- Plantear un organigrama o plantilla organizacional de la empresa en donde se asignen las distintas funciones que cada uno de los empleados deberá cumplir.
- Las personas que se encuentren a la cabeza de la escala jerárquica del establecimiento, deberán estar al tanto de todos los empleados, conocerlos bien para saber cómo tratarlos, de esto depende que la organización mejore constantemente y se evite problemas a futuro, sin que tener que recurrir a recursos extremos como despidos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Se espera que los empleados colaboren entre ellos para tener una mejor convivencia y un mejor desempeño laboral, evitando los problemas con sus compañeros, es por esto que se debe incentivar el trabajo en equipo como un factor clave en la calidad y para que en conjunto se puedan satisfacer las necesidades de los usuarios del servicio brindado por el establecimiento.
- La confianza es un elemento sumamente importante en el trabajo en equipo de los miembros de una empresa, debido a que cada persona confía en el buen desempeño del resto de sus compañeros, por lo que se tiene que pulir esta confianza y concientizar al personal de que el éxito en equipo es más importante que destacarse individualmente.
- Cada miembro de la empresa debe comprometerse a dar lo mejor de sí mismo, poniendo en práctica todas sus habilidades con el objetivo de aportar a la consecución de objetivos comunes.
- Mejorar la comunicación entre los diferentes niveles de la jerarquía empresarial, mediante esto se llegan a estrechar las relaciones laborales, profesionales y humanas.
- Fomentar el intercambio de opiniones en la organización; esto genera tolerancia hacia los distintos puntos de vista y formas de pensar de la demás personas.
- Desarrollar, en la medida de lo posible, democracia en la toma de decisiones del establecimiento, participando a los empleados a dar sus puntos de vista sobre distintos aspectos.
- Incitar a los empleados a que compartan con sus compañeros, aquellos conocimientos y destrezas que les permiten realizar su trabajo de forma efectiva, generando así un crecimiento grupal en el desempeño laboral.
- Todos los empleados del centro de información turística deben de estar prestos para brindar ayuda a los turistas y al público en general que viene a consumir el servicio de información, y ayudarles a resolver sus inquietudes y problemas de la manera más eficiente posible.
- En caso que sea necesario los empleados que se encuentran atendiendo a los turistas no se puedan abastecer con la demanda de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

clientes en el centro de información turística, los empleados de mantenimiento o de limpieza deberán estar capacitados para brindar el servicio de información con la misma cortesía y rapidez con la que la efectúan el resto de empleados.

- Si por algún motivo no se tiene a disposición en ese momento algún servicio que el cliente solicita, los empleados se deben organizar de tal manera que se logre satisfacer lo que el cliente necesita, de esa forma se logra fidelizar a los clientes.
- Todos los empleados deben estar capacitados para resolver de forma eficaz los inconvenientes y problemas que se puedan presentar con los turistas o entre compañeros de trabajo.
- Tener en cuenta que algunos clientes solo ven sus intereses y no lo de las otras personas y a veces demandan un servicio de respuesta rápida aunque el personal se encuentre atendiendo a otras personas, para ello el personal debe de estar calificado y capacitado para lidiar con estas personas y no caer en el error de la ira y dar una mala imagen del establecimiento.
- Cuando se brinda cualquier tipo de servicio, no solo el de información turística, se debe tener en cuenta que si se ofrece algo hay que cumplirlo, de lo contrario se genera una mala imagen del establecimiento o empresa.
- Se necesita contar con una buena organización del material impreso que se distribuye en el establecimiento, para esto hay que realizar un estudio del tipo de material publicitario más demandado por el turista, organizando de manera efectiva su distribución en bodega, haciendo más fácil su localización, optimizando el tiempo de servicio y atención al cliente.
- Debe existir correcta distribución de material turístico informativo en las partes más accesibles del establecimiento para turistas de paso que no disponen del tiempo necesario para pedir información al personal del establecimiento.

UNIVERSIDAD DE CUENCA

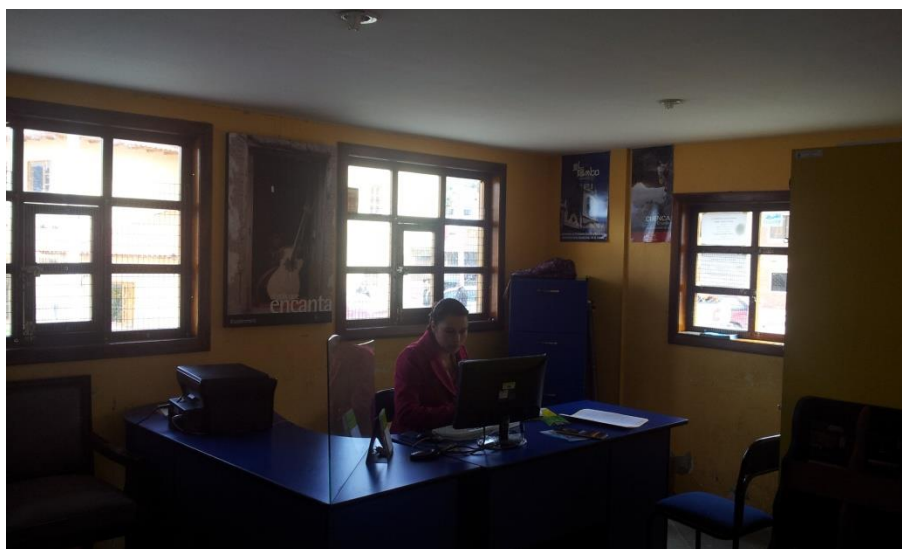
- El lugar en donde se encuentra la folletería, trípticos y material de información en general, debe de estar limpio y ordenado, cuidando así la imagen del establecimiento
- La bodega del centro de información turística debe de estar abastecida con la cantidad necesaria de folletería y sobre todo organizada por orden de importancia, para esto es muy útil una persona que esté a cargo del sitio, la misma que se encargará de llevar una pequeña tabla o kárdex que facilite el pedido de material faltante a los proveedores.

La organización laboral y de materiales en los centros de información turística es de gran importancia porque de ella depende el correcto funcionamiento empresarial, generando eficiencia y calidad en el servicio brindado al turista y demás personas que requieran información turística.

3.5.4 Instalaciones y Equipamientos

Para que las instalaciones estén listas para el servicio al cliente en un centro de información turística, en principio todo debe estar debidamente limpio y ordenado.

Imagen No. 15



Instalaciones del I-tur del cantón El Tambo / Fuente: Autor

Fecha: 03 Abril 2014

Imagen No. 16



Imagen No. 17



Imagen No. 18



Imagen No. 19



Instalaciones del I-tur del cantón El Tambo / Fuente: Autor

Fecha: 03 Abril 2014

Para la limpieza del centro de información turística es necesaria la utilización de diversos productos e instrumentos que no atenten contra el medio ambiente, de esta manera estaremos contribuyendo a disminuir los daños que ocasionan cierto tipos de productos como desinfectantes o similares.

El proceso de limpieza del establecimiento se debe realizar aproximadamente 15 minutos antes de abrir las puertas para la atención al público, o al momento de cerrar el establecimiento con la intención de que este quede completamente limpio para el día siguiente, si se diera el caso de realizar las labores de limpieza dentro de los horarios trabajo, esta se la debe realizar durante el tiempo en que las áreas del establecimiento no estén ocupadas por los clientes, para que de este modo no obstaculizar su paso con los elementos de limpieza y evitar inconvenientes con ellos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El hecho de realizar una limpieza frecuente del centro de información, no es muestra de que este se encuentre limpio, se debe tratar al máximo de no ensuciar, solo de esta forma se puede ahorrar recursos para la limpieza del establecimiento y también se evitará el uso de instrumentos de limpieza perjudiciales para el humano y la naturaleza.

La limpieza es responsabilidad de todos los empleados, no solamente del personal de limpieza, sino a su vez de quienes laboran como recepcionistas, bodegueros y personal en general.

El orden es esencial en la vida diaria de cada persona y por ende en la vida cotidiana de una empresa en la cual se manejan cada día una infinidad de productos, es por eso que el personal siempre debe mantener ordenado el material publicitario, ya sea en un estante o una mesa y que se encuentren ubicados de tal manera que puedan ser fácilmente visibles para los turistas, todos los materiales deben estar clasificados siguiendo un patrón, dicho sea este por orden alfabético o clasificado por las diversas ramas de la actividad turística (Hoteles, Restaurantes, Agencias de viajes, etc.), esto para facilitar el uso de los mismos al cliente.

Siempre que sea necesario, se deberá realizar renovaciones o mejoras en las instalaciones del centro de información turística, estas mejoras pueden ir desde cambiar el color de la pintura del establecimiento, hasta una total remodelación del mismo. Cualquier mejora que se realice deberá estar enfocada a que el turista se sienta cómodo cuando consuma los productos y servicios del centro de información, que el usuario note que lo más importante es la atención al cliente y que los cambios que se realizan en las instalaciones se realizan con el objetivo de que ellos reciban un mejor servicio.

Si un empleado del centro de información turística se da en cuenta de que algún lugar de las instalaciones está deteriorado o dañado, tiene que informar inmediatamente a sus superiores para que ellos resuelvan el problema a la brevedad posible, con esto se gana eficiencia y eficacia puesto que el empleado se convierte en instrumento de mejora del lugar.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los arreglos que se efectúen en las instalaciones del lugar, de preferencia deberían realizarlo personal que esté capacitado en el trabajo que va a realizar ahorrando tiempo en el desempeño del mismo, evitando así mayores molestias a los usuarios y a al resto del personal de servicio.

Para detectar los problemas que surjan en las instalaciones es necesario que siempre se esté efectuando un análisis del lugar, para ver que artículos sirven, los artículos que necesitan reponerse y los que se deben desechar, para lo cual se debe contar con un inventario detallado con los implementos existentes en el establecimiento y el estado funcional en el que se encuentran los mismos.

Se debe llevar un registro de todas las actividades que se realicen y que tenga que ver con las instalaciones del centro de información turística, donde se archiven las fechas, el costo y las actividades de mantenimiento que se han realizado en las instalaciones, lo que será útil si se necesita saber la frecuencia con la que realizan reparaciones y los costos históricos de las mismas para poder realizar futuros cálculos de presupuestos.

Las instalaciones por lo general son solo físicas y está en los empleados en que las instalaciones cobren vida y demuestren calidez tanto para el personal que labora en el centro de información como para el turista que acude por obtener un servicio.

La seguridad debe ser lo más importante sobre todo para quienes trabajan el lugar, como para quienes asisten al centro de información por un servicio, es por esto vital que todas las instalaciones tengan normas de seguridad calificadas y supervisadas constantemente por profesionales en esta rama, lo que se verá reflejado en la correcta señalización de las instalaciones para que en caso de emergencia, el personal y los usuarios tengan el conocimiento de las rutas de evacuación con las que cuenta el establecimiento.

El personal que labora en el centro de información turística debe de estar capacitado con el funcionamiento de los distintos artículos de seguridad que se encuentran dentro de las instalaciones, de modo que si existe alguna



UNIVERSIDAD DE CUENCA

emergencia puedan resolver el inconveniente de forma parcial hasta que lleguen los profesionales a resolver el problema de forma total.

En las instalaciones de electricidad y agua se deben llevar a cabo revisiones periódicas con la finalidad de prevenir posibles fugas de agua o corto circuitos que pueden causar graves daños tanto al establecimiento, al personal, los usuarios y los equipamientos del centro de información.

En resumen las instalaciones deben de estar limpias y bien conservadas desde los pasillos, las bodegas y todo el sitio en sí, para que nos brinden seguridad y sean acogedoras tanto para quienes laboran en el centro de información turística como para los usuarios de los servicios que se brindan en el mismo.

3.5.5 Comercialización

Los empleados que se encargan de la atención al público deben estar al tanto de cuáles son los principales productos o servicios que el centro de información ofrece al usuario del servicio, para de esta manera tratar de satisfacer de la manera más adecuada las distintas necesidades de los clientes.

Los empleados que están en contacto directo con el usuario-turista de los servicios de información turística deben tener conocimientos básicos en lo que corresponde a lo siguiente:

- Conocimientos generales sobre la actividad turística en el Ecuador.
- Conocimientos básicos sobre la legislación turística vigente.
- Conocimientos en lo referente al mercado turístico.
- Conocimientos sobre el patrimonio ya sea natural, cultural, tangible e intangible a nivel nacional y del lugar en el que funciona el establecimiento.
- Conocimientos generales en lo referente al ámbito político, social y económico del destino



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- El personal debe tener la capacidad para transmitir la información que requiere el turista de manera clara y precisa.
- Dicha información debe ser proporcionada de manera veraz y adecuada, procurando evitar crear falsas expectativas o confusiones sobre el servicio brindado.

Dentro de las herramientas más utilizadas en la comercialización de los productos turísticos tenemos:

- La publicidad
- Las relaciones públicas
- La promoción
- Las ventas personales

Como bien se conoce, los centros de información turística brindan este servicio de manera gratuita, es decir no percibe réditos económicos por brindar dicho servicio al turista, por lo tanto el personal se debe enfocar en brindar una atención de calidad para poder llevar a cabo la comercialización de los productos, en este caso el material publicitario y la información que se brinda.

Para poder captar la atención del cliente, se necesita tener en cuenta la utilización de ciertos recursos que apoyan al personal a comunicar los servicios que brinda el centro de información, dentro de esos recursos podemos mencionar los siguientes:

- **El Local.-** El aspecto más relevante en lo que corresponde al local es su ubicación, dependiendo de la ciudad en donde se encuentre la oficina de información turística y el hecho de estar localizados en un lugar céntrico, comercial, de fácil acceso y cerca de las principales atracciones turísticas del sector, incrementa las posibilidades de que los turistas consuman los servicios, la decoración del local debe estar acorde al servicio y el lugar en donde se encuentre.

Imagen No. 20



Local del i-Tur del cantón El Tambo / Fuente: Autor

Fecha: 17 Abril 2014

- **Vitrinas, estantes o espacios en donde se sitúa los productos.-** Se recomienda aprovechar cualquier espacio, bien sea interior o exterior, en el que se pueda colocar los productos ofertados, en el caso de los centros de información turística, este espacio será destinado para colocar el material publicitario de manera que quede visible al público para su fácil identificación.

Imagen No. 21



Imagen No. 22



Letreros Publicitarios / Fuente: Autor

Fecha: 05 Abril 2014

Imagen No. 23



Imagen No. 24



Estantes para material Publicitario / Fuente: Autor

Fecha: 04 Abril 2014



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Además, el servicio y la información que se brinde en la institución deben ser de calidad, se debe proporcionar al visitante datos específicos de información en cuanto a sitios turísticos, alojamiento, transporte, restaurantes y ubicación de los mismos, de manera que sean de utilidad para cubrir las necesidades de los clientes.

Por otro lado se debe realizar una promoción nacional sobre los recursos turísticos que posee una región determinada o país (a través de ferias de turismo, distribución de material audiovisual, etc.), de tal modo que cuando las personas de otras ciudades viajen hasta esos sitios, puedan saber en qué lugar se les puede brindar el asesoramiento adecuado en lo que corresponde a información turística

3.5.6 Satisfacción en atención al Cliente

La satisfacción del cliente se basa fundamentalmente en la calidad de la atención que este reciba por parte del personal que le brinda el servicio en el centro de información turística.

Todos los clientes tienen necesidades que deben ser satisfechas ya sean con productos o servicios, por lo que el mayor reto de las empresas es superar las expectativas de sus clientes, si esto se logra, lo que se está brindando es un valor agregado a todos los servicios que se ofertan.

Para poder brindar el valor agregado en el servicio y satisfacer las necesidades de los clientes a continuación se enuncian algunas directrices que pueden resultar útiles al momento de prestar el servicio de información turística:

- El cliente está por encima de todo. Es el cliente es la prioridad en la empresa.
- A veces los clientes solicitan cosas difíciles de realizar pero con un poco de esfuerzo y ganas se puede conseguir lo que él desea.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Se debe cumplir todo lo que se prometa. Existen muchas las empresas que tratan, de mantener a sus clientes a partir de engaños o mentiras, lo que causaría serios problemas cuando el cliente se dé cuenta.
- El cliente se siente totalmente satisfecho al recibir más de lo esperado y solo hay una forma para satisfacer al cliente de esta manera y es enfocándose en sus necesidades y deseos.
- El personal que se encuentra en contacto directo con el cliente es el que hace la diferencia entre que el cliente escoja entre una empresa u otra, para ello la atención que ellos brinden deberá ser de la mayor calidad generando la máxima satisfacción en el usuario de los servicios.
- Siempre hay que tener presente que un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos, los empleados son "el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos, no se podrá satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos humanos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.
- Por muy bueno que sea el servicio otorgado, siempre se puede mejorar. Si se logró alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, para seguir mejorando continuamente y seguir innovando día a día.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en equipo y en pro de la satisfacción del cliente, en lo que el demande ya sea esta una queja, una petición o de cualquier otro asunto.

Adicionalmente, para poder conseguir la plena satisfacción del cliente, el personal del centro de información deberá:

- Esforzarse por conocer al cliente y sus necesidades, ser capaz de ponerse en su lugar para comprenderlo de mejor manera.
- Utilizar normas de cortesía las cuales tienen ser empleadas incluso internamente. En el caso que no se encuentren definidas normas de cortesía, se emplearán las normas básicas de relación entre personas: saludar (buenos días, buenas tardes, etc.), ofrecer ayuda (¿cómo le



UNIVERSIDAD DE CUENCA

puedo ayudar?; ¿qué necesita?, con mucho gusto, etc.), despedirse, (que tenga un buen día; Buenas Noches; etc.).

- El trato con los clientes tiene que ser de la manera más amable posible; la amabilidad la refleja a la persona y a la empresa.
- El personal deberá tener una actitud positiva y de cortesía para resolver de manera eficaz, eficiente e inmediata los requerimientos del cliente.
- El tono de voz utilizado al momento de transmitir la información debe ser pausado, claro y relajado, que no refleje prisa ni ansiedad, esto es muy importante por el hecho de que en los centros de información turística, se brindan datos sobre direcciones, teléfonos, tiempos, fechas, entre otros, es por ello que se debe ser precavido en este aspecto para lograr que la información asignada sea lo más comprensible posible.
- El personal del establecimiento deberá desarrollar la capacidad para escuchar solo así podrá ayudar al cliente con lo que necesite.
- El personal debe contar con la capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar, anticipando en lo posible la solución sus necesidades.
- Un aspecto sumamente importante es desarrollar la capacidad de controlar la agresividad; muchos clientes se encuentran de mal humor por lo que se recomienda tener paciencia y brindar una sensación al cliente de tranquilidad y comprensión.
- La capacidad de sonreír brinda confianza al cliente, haciendo que este se sienta mejor y atendido con agrado.
- No descuidar la imagen del personal.
- Siempre aceptar sugerencias, comentarios y quejas, como críticas constructivas que incentiven a mejorar el servicio.
- Nunca decir NO, por más extremas que puedan parecer las peticiones o cierto tipo de problemas siempre se podrá encontrar una solución.
- En el caso de presentarse algún problema o quejas en donde el cliente asegure tener la razón aunque no la tenga, no se debe discutir con él, resulta mejor argumentar que ha existido un malentendido, una disfunción en el servicio o alguna otra explicación para que el mismo no



UNIVERSIDAD DE CUENCA

se sienta molesto. Presentar una disculpa y comunicar al cliente que se tomarán las medidas oportunas para remediar los inconvenientes.

- Las quejas de los clientes deben ser redactadas por escrito y se realizará a la vista de este, se recogerán los motivos de la queja y posteriormente se tomara acciones en base a los mecanismos establecidos en la institución para la solución de problemas, todo esto se debe tramitar de forma inmediata.
- Si por algún motivo se debe interrumpir a un empleado que está ocupado con un cliente, primero se pedirá la autorización del cliente.
- En caso de existir alguna discusión o problema de trabajo entre el personal, el mismo deberá ser resuelto manteniendo la compostura debida del caso.
- Si por cualquier motivo se tuviera que dejar al cliente, se solicitarán disculpas, intentando que un compañero se ocupe lo más pronto posible de él.

En lo que corresponde en la atención al cliente mediante vía telefónica, se debe tener presente los siguientes aspectos:

- Las llamadas telefónicas se deben ser contestadas a la brevedad posible, antes del tercer tono. Si por cualquier razón se debe poner en espera al cliente, el tiempo de la misma debe ser inferior a 30 segundos.
- Se identifica el establecimiento, se pronuncia la frase de saludo y se ofrece ayuda (nombre de la empresa, buenos días, le atiende (nombre del empleado) ¿En qué puedo ayudarle?, etc.).
- Proceder a responder a las peticiones de los clientes, y tratar de resolver lo más rápido posible sus necesidades.

En el Manual de buenas prácticas para la atención al cliente: agencias de viajes, elaborado por el Programa Anfitriones Turismo del Ministerio de Turismo de España, sugiere algunas reglas principales para la correcta y eficaz atención al cliente:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Esforzarse en conocer al cliente y sus necesidades.
- Considerar la imagen personal como parte del servicio.
- Mostrar disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.
- Tener una actitud positiva y ser cortés.
- Escuchar con atención y expresarse con claridad.
- Convertir las quejas en oportunidades para mejorar.
- Trabajar en equipo.
- Interesarse en aprender, mejorar habilidades y conocimientos.
- Conocer bien el destino en el que te encuentras (Anfitriones Turismo, 3).

Al momento de entregar al turista los folletos de información turística, el personal encargado deberá darle al cliente un pequeño resumen sobre la información básica del destino, como por ejemplo: horarios de transporte, lugares de interés, sitios donde hospedarse, etc. al mismo tiempo se debe verificar que los folletos y documentos entregados estén en buen estado y clarificar posibles dudas que pueda tener el cliente.

Algo que puede ser de utilidad para la mejora del servicio es contar con un sistema de medición de satisfacción ya mencionado con anterioridad en donde se pueden realizar encuestas o similares donde se incluyan aspectos de manera que puedan expresar en términos cuantitativos la calidad percibida, la cortesía por parte del personal del establecimiento, su flexibilidad, la comunicación, la información entregada entre otros aspectos de relevancia.

Cuando haya culminado el proceso de atención al cliente, se le proporcionará al cliente por escrito los teléfonos de contacto en el caso de sucesos o dudas que puedan surgir durante el viaje.

3.5.7 Gestión Medioambiental

La gestión medioambiental se refiere al conjunto de actividades que conducen al manejo óptimo del sistema ambiental buscando las estrategias adecuadas para la reducción y la mitigación de daños o problemas al ambiente y que



UNIVERSIDAD DE CUENCA

puedan ser causados por las malas prácticas desempeñadas por los miembros de un establecimiento.

La gestión medioambiental responde al "cómo hay que hacer las cosas" para conseguir un equilibrio en el uso racional de los recursos y la protección y conservación del ambiente. Es por esto que la gestión medioambiental abarca todas las acciones a ejecutarse por la parte operativa del centro de información para un correcto desarrollo de actividades sostenibles y sustentables medioambientalmente.

A continuación se brindan algunas directrices a tomar en cuenta para la optimización de recursos y conseguir una buena gestión ambiental en el establecimiento:

- Reducir, Reutilizar, Reparar y Reciclar los materiales en la mayor cantidad posible de modo q los desechos o basura que se genere sea mínima, ayudando de esta forma a disminuir la contaminación ambiental **(Ver anexo # 5, pág. 115)**.

Reducir el consumo excesivo de productos, sobre todo de aquellos que generan residuos difíciles de reciclar, asegúrese de comprar artículos durables y de buena calidad, evite comprar productos desechables.

Reutilizar permite no generar desechos o disminuirlos, es encontrar un nuevo uso para productos que ya cumplieron su objetivo.

Reparar un producto cuando deja de funcionar por una falla cualquiera, se puede reparar, disminuyendo la posibilidad de que se transforme en una chatarra que debe ser desechada.

Reciclar un producto que ya cumplió su utilidad, su objetivo y considerarlo como materia prima para nuevos bienes materiales, ya sea con el mismo uso o con otro fin (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario* 39).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

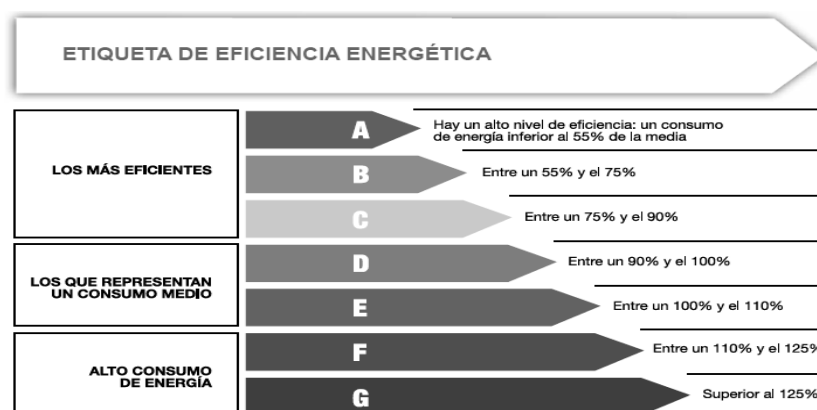
- Utilizar de la forma más adecuada el papel, si es posible utilizar los dos lados de las hojas, de esta manera se pueden optimizar los recursos y minimizando gastos al mismo tiempo.
- Los documentos que se utilicen de forma interna se pueden imprimir en papel reciclado o se puede utilizar un sistema de archivos digitales, que resulta más eficiente y reduce la utilización de suministros.
- Antes de imprimir verificar si no existen fallas en el documento, de este modo se evitara malgastar papel y como se mencionó anteriormente utilizar cuando sea posible los dos lados de la hoja.
- Elegir productos con embalajes mínimos o solicitar a los proveedores que se entreguen los productos con embalaje reducido, de esta manera se evitará la utilización excesiva de papel.
- Los envases plásticos pueden servir como porta-lápices, con unos pequeños arreglos y un poco de creatividad, se pueden hacer cosas verdaderamente útiles.

Dentro de la gestión medioambiental se sugiere llevar a cabo acciones que colaboren con el ahorro de la energía utilizada en los centros de información turística, por ejemplo:

- Desconectar los aparatos que no están siendo utilizados puesto que estos consumen energía incluso cuando se encuentren en stand by.
- Configurar los computadores en el modo ahorro de energía, de esta forma se puede ahorrar energía hasta en un 50%.
- Utilizar aparatos multifuncionales cuando se realiza más de una función: impresora, fax, copiadora, etc.
- Sustituir los focos incandescentes por focos ahorradores.
- Utilizar y aprovechar lo más que se pueda la luz natural (luz solar) en lugar de la luz artificial a menos que esta sea absolutamente necesaria.
- Evitar el uso de sistemas de calefacción o aire acondicionado en lugares en los que se puede utilizar la regulación normal de la temperatura.
- Apagar los sistemas de calefacción y aire acondicionado en lugares desocupados.

- Revisar periódicamente equipos, enchufes, conexiones a instalaciones eléctricas y de agua para evitar fallos.
- Los monitores de pantalla plana consumen menos energía y emiten menos radiación.
- Los ordenadores portátiles son más eficientes energéticamente que los de mesa, por lo que se recomienda su uso en oficinas, son más recomendables que los ordenadores de escritorio.

Gráfico No. 21



Etiqueta de eficiencia energética / Fuente: Universidad Politécnica de Valencia, p. 9

Por otra parte un correcto manejo de desechos ayuda a ser más amigable con el ambiente, por lo que se recomienda:

- Separe de manera adecuada los residuos y depositarlos en los contenedores correctos.
- Los desechos que se pueden generar de la utilización de cartuchos de impresora, etc. se deben manejar con el mayor cuidado posible por su alto grado de peligrosidad y contaminación. Por ello se recomienda que estos sean colocados en fundas especiales más resistentes de lo que son normalmente las fundas de basura y que ayuden a proteger que el contenido no se filtre por la funda, si esta llegara a romperse.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Separar correctamente los elementos inorgánicos que son reciclables de los que no lo son, facilitando así su traslado y manejo.
- Cambiar los productos de limpieza que se utilizan normalmente en las instalaciones por otros que suponen un menor daño ambiental, en lo posible que no sean tóxicos y que sean biodegradables.
- Evitar el uso de aerosoles que contengan compuestos clorofluorocarbonados, CFC's, puesto que son considerados sumamente peligrosos para la capa de ozono.
- No utilizar ambientadores eléctricos en las instalaciones del centro de información, es más fácil y económico abrir las ventanas el tiempo que sea necesario para que el aire circule en el interior del establecimiento y asegurarse de dejarlas bien cerradas.
- Otro aspecto relevante en la gestión medioambiental es optimizar el uso del recurso hídrico, para lo cual se establecen varias recomendaciones:
 - No dejar correr el agua innecesariamente, genera un desperdicio y dependiendo del país o región los costos de consumo de agua son elevados.
 - En la medida de lo posible utilizar equipos o grifos temporizados para evitar el uso irracional del líquido.
 - Si hay fugas, solucionarlas de la manera más rápida posible.
 - En los inodoros ajustar el caudal del agua según las necesidades, puede hacerlo poniendo una botella llena de arena en el tanque, de este modo se puede ahorrar agua.
 - Revisar periódicamente y cada vez que se lleve a cabo el mantenimiento, las protecciones de aislamiento de las tuberías con el fin de detectar posibles excesos de consumo de agua y posibles fugas.

A continuación se presenta un cuadro en el que se colocan algunos criterios ambientales para materiales utilizados en la oficina y que deberían ser considerados para asegurar una buena gestión ambiental en el centro de información turística.

Cuadro No. 6

CRITERIOS AMBIENTALES PARA ALGUNOS MATERIALES DE OFICINA		
PRODUCTO	NO RECOMENDABLE	ALTERNATIVA
Archivadores y carpetas, material de encuadernación.	Materiales compuestos. Productos de PVC	Productos de cartón reciclado, de polipropileno o de polietileno.
Rotuladores y bolígrafos, lápices, sub-rayadores.	Productos de un solo uso, de PVC, lacados, a base de disolventes orgánico	Otros plásticos, plásticos reciclados, metal, madera, recargables, sin lacar, bases acuosas, portaminas, lápices fluorescentes secos
Barras adhesivas y colas universales	Productos con disolventes orgánicos	Productos de base acuosa. Recargables.
Cintas correctoras	Cintas no recargables	Productos recargables. Productos de papel reciclado.
Cintas adhesivas	Productos de PVC	Productos de polipropileno o de acetato de celulosa.

Criterios ambientales para algunos materiales de oficina. / Fuente: Adaptación de Israel Amaya M. sobre CREAMA

Las Buenas Prácticas son procedimientos que pueden ser efectuados a diario tanto dentro de las empresas como en la vida cotidiana de las personas (**Ver Anexo # 6, pág. 119.**)

3.6 Buenas Prácticas y Calidad

Se entiende por Buenas Prácticas a una serie de acciones, normas y directrices empleadas en el desempeño de funciones en empresas, que han generado excelentes resultados, optimizando el desenvolvimiento de las mismas, se espera que el empleo de dichas prácticas obtengan resultados similares si son aplicadas en contextos semejantes.

El empleo de buenas prácticas en los centros de información turística tiene la finalidad de alcanzar el éxito en la satisfacción de las necesidades del turista, enfocándose en brindar servicios con valor agregado en los que el usuario pueda percibir la calidad con los que son ofrecidos. Desde este punto de vista,



UNIVERSIDAD DE CUENCA

la gestión de la calidad según la Guía Buenas prácticas para turismo sostenible de Rainforest Alliance permite integrar la rentabilidad y la sostenibilidad en la empresa, con la adecuada administración empresarial, es decir, permite organizar la empresa y a su personal hacia la obtención de servicios y productos de calidad a través del trabajo en equipo en el cual el personal de los distintos departamentos de una empresa se integren y coordinen sus procesos teniendo como objetivo básico, la calidad de los productos y servicios que se ofrecen (Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible* 7).

Dentro de las buenas prácticas existen distintos tipos de normas y regulaciones que permiten conseguir la Calidad en la prestación de un bien o servicio, como es el caso de las normas **ISO 9001:2008**, establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO), que presenta un conjunto de normas relacionadas a la calidad y mejora continua, aplicable en instituciones dirigidas a la producción de bienes y servicios.

El ISO 9001:2008 brinda a las organizaciones los requerimientos para cumplir con la satisfacción de los clientes, aumentando sus estándares de calidad al momento de ofrecer sus productos o servicios.

Desde el punto de vista de la OMT la calidad y sostenibilidad en el turismo son consustanciales, por lo tanto propone la aplicación de un concepto más amplio de la calidad: la calidad es la "cara" de la sostenibilidad, mientras que la calidad es percibida inmediatamente por clientes a través de la actividad turística, la sostenibilidad significa los procesos de marco y de gestión de la política detrás, lo que garantiza una oferta de alta calidad y la experiencia turística se mantiene en el largo plazo (OMT, <http://sdt.unwto.org/en/content/quality-tourism>).

Para mejorar la calidad de los servicios ofertados por el centro de información turística, se pueden llevar a cabo algunas actividades como las detalladas a continuación:

- Establecer políticas y procedimientos estandarizados para la atención y servicio a los clientes.
- Tratar de conocer al cliente de una manera amable.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Interés por entender sus necesidades.
- Asesorar al cliente de manera completa y correcta utilizando un lenguaje comprensible.
- Cortesía y competencia en la prestación del servicio.
- Ofrecer un trato personalizado.
- Predisposición inmediata por parte del personal para servir a los clientes, más conocido como velocidad de respuesta.
- Minimizar los tiempos de espera para los clientes.
- La calidad debe estar siempre presente en el trabajo.
- Llevar un archivo categorizado de los documentos y folletos solicitados por los clientes.
- Llevar un inventario de los folletos que han sido entregados para de este modo realizar los pedidos de únicamente el material necesario.
- Implementar procedimientos que tiendan a identificar de mejor manera las necesidades más importantes de los clientes, así como abrir un espacio para conocer sus opiniones con respecto a los productos o servicios ofertados.
- Implementar un sistema de información que permita a los clientes obtener respuesta a inquietudes sin la necesidad de acudir personalmente a las instalaciones de los centros de información turística, colaborando de esta forma en el ahorro y reducción del uso de papel para proveer información.
- Implementar un sistema o procedimiento que permita medir el grado de satisfacción de los clientes a través de una calificación al servicio recibido.

Asimismo el Manual de Buenas Prácticas en el Sector Turístico, elaborado por el Excelentísimo Ayuntamiento de Tarifa, menciona varias pautas que aseguran un correcto funcionamiento en la implementación de un sistema de gestión de la calidad:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Documentación:** la organización debe documentar procedimientos, políticas, acciones y registros que permitan asegurar la eficaz planificación, operación y control de los procesos del sistema de gestión de la calidad.
- **Responsabilidad de la Dirección:** la dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así como la mejora continua, asegurando la disponibilidad de recursos.
- **Gestión de los recursos:** la empresa debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar su eficacia.
- **Realización del producto ó servicio:** la organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del producto ó la prestación del servicio, la planificación en esta etapa debe ir de acuerdo con los requisitos de otros procesos relacionados.
- **Medición, análisis y mejora:** la organización debe planificar e implementar procesos de seguimiento, análisis y mejora necesarios para demostrar la conformidad del uso del sistema de gestión de la calidad en sí y la mejora continua de la eficacia del mismo.
- **Evaluación:** es necesaria la evaluación de la implementación del sistema de gestión de la calidad, mediante auditorías de calidad (por terceros) donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el sistema, así como las mejoras que se deben implementar (Cabrera Tejada, Leticia, Juan Manuel Delgado Ruiz y Francisco J. López Martínez, 6).

En resumen, para establecer una mejora continua de la calidad al momento de brindar el servicio de información turística, se debe poner énfasis en identificar los problemas o debilidades en el proceso de atención al cliente, elaborar un plan de acción para minimizar las debilidades, poner en marcha dicho plan y, por último, evaluar periódicamente el plan para conocer los resultados obtenidos en la implementación y desarrollo del mismo.

Gráfico No. 22



Triángulo de garantía de calidad / Fuente: Rainforest Alliance, *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario*, p. 83

3.7 Revisión de los objetivos y metas planteados en el proyecto de monografía

Meta:

- Elaboración de un manual de buenas prácticas para el Centro de Información Turística (i-TUR) del cantón El Tambo.

En el presente capítulo de este trabajo monográfico se muestra un manual de buenas prácticas elaborado para el i-TUR del cantón El Tambo, dentro de las áreas de implementación de buenas prácticas expuestas en este manual, constan:

- Personal del establecimiento.
- Recursos materiales y proveedores.
- Organización.
- Instalaciones y equipamientos.
- Comercialización.
- Satisfacción en atención al cliente.
- Gestión medioambiental.



CONCLUSIONES

Luego de la realización del presente trabajo monográfico se ha llegado a la conclusión que dentro del Centro de Información Turística del cantón El Tambo existen varias falencias con respecto a la administración, en donde no se cuenta con un plan o manual operativo o administrativo para el personal que labora en el establecimiento, asimismo se pudo constatar que la entidad carece de visión, misión y objetivos determinados por la dirección y por lo tanto no existe un programa de buenas prácticas destinadas a mejorar la calidad del servicio que el i-TUR brinda al visitante.

Dentro del establecimiento no se dispone de lineamientos que garanticen un uso racional de recursos y cuidado ambiental.

El Centro de Información Turística se ubica en un lugar de fácil acceso para el visitante y cerca de los principales atractivos turísticos de la zona.

El profesionalismo del personal que labora en el i-TUR, su amabilidad y hospitalidad, el respeto y la seguridad con la que transmiten sus conocimientos al visitante hacen que la visita al establecimiento sea satisfactoria.

Las instalaciones y equipamientos con los que cuenta el i-TUR brindan la comodidad necesaria para un correcto desempeño del servicio de información turística.

El material publicitario con el que cuenta el i-TUR, en ocasiones no es suficiente para abastecer la demanda de turistas que solicitan el servicio de información.

La información que se brinda a los visitantes del i-TUR es verás y de calidad.



RECOMENDACIONES

Es necesaria la creación de un plan operativo o manual administrativo para el desempeño de actividades dentro del Centro de Información Turística.

Se recomienda la inmediata creación de un mapa estratégico con la misión, visión, objetivos y principales valores del establecimiento, para lograr un correcto desempeño de actividades.

En el i-TUR es urgente la aplicación de un manual de buenas prácticas institucionales destinadas al mejoramiento y estandarización de la calidad de los servicios brindados en el Centro de Información Turística, así como la aplicación de buenas prácticas en el ámbito empresarial, el socio-cultural y el ambiental

Luego de la investigación realizada, se recomienda que las áreas a tomar en cuenta para la aplicación de buenas prácticas en el i-TUR del cantón El Tambo, expuestas en este manual, sean las siguientes:

- Personal del establecimiento
- Recursos materiales y proveedores
- Organización
- Instalaciones y equipamientos
- Comercialización
- Satisfacción en atención al cliente
- Gestión medioambiental

Impulsar la búsqueda y el desarrollo de nuevas prácticas que contribuyan a la mejora continua de los procesos que se llevan a cabo en el i-TUR.



BIBLIOGRAFÍA

Textos consultados:

Anfitriones Turismo. *Buenas prácticas para atención al cliente: Oficinas de Turismo*. Madrid, Cultura del detalle, 2009.

Ávila, Reyes et al. *Turismo sostenible*. Madrid, IEPALA editorial, 2002.

Cabarcos Novás, Noelia. *Promoción y venta de servicios turísticos:*

Comercialización de servicios turísticos. Vigo, Ideaspropias Editorial, 2006.

Comunidad de Madrid / Red Local Promoción Económica Empleo Y Formación.

Guía de buenas prácticas de la empresa flexible y responsable: hacia la conciliación de la vida laboral, familiar y personal. Madrid, Comunidad de Madrid / Consejería de empleo y mujer, 2009.

Consortio para la Recuperación Económica de la Marina Alta. *Manual de buenas prácticas ambientales*. Alicante, CREAMA, 2011.

Fernández García, Ricardo. *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. San Vicente, Editorial Club Universitario, 2011.

Foro Pro-Clima Madrid. *Buenas prácticas ambientales en la oficina*. Madrid, Ayuntamiento de Madrid, 2008.

Llamas Arjona, Concepción. *Marketing y gestión de la calidad turística*. Madrid, Liber Factory, 2009.

Majó, Joaquín y Nuria Galí. "Evolución de la informatización de las oficinas de turismo de Cataluña". *Estudios Turísticos (Cataluña)*, 146 (2000): 83-94.

Miralbell Izard, Oriol. *Gestión de oficinas de turismo*. Barcelona, Editorial UOC, 2007.

Rainforest Alliance. *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario*. San José, Epicentro Publicidad, 2005.

_____. *Buenas prácticas para turismo sostenible*. Guatemala, Estudio SAE, 2008.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Rodríguez Valencia, Joaquín. *Como elaborar y usar los manuales*

administrativos. 3ª ed., México D.F., Thomson Learning, 2002.

Rueda-Catry, Marleen y María Luz Vega Ruiz. *Buenas prácticas de relaciones*

laborales en las Américas. Lima, OIT, 2005.

SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo) y FEDETUR (Federación de

Empresas de Turismo de Chile). *Chile por un turismo sustentable: Manual de buenas prácticas congresos, ferias y eventos*. 1ª ed., Santiago, Gobierno de Chile, 2012.

Universidad de Córdoba. *Guía de buenas prácticas ambientales*. Córdoba,

UGT/Unión General de Trabajadores, 2012.

Enlaces visitados:

Cabrera Tejada, Leticia, Juan Manuel Delgado Ruiz y Francisco J. López

Martínez. *Manual de buenas prácticas en el sector turístico*. Internet. http://www.andaluciadestinocalidad.es/html/portal/com/bin/contenidos/documentos/ManualBBPPTarifa/1197458108611_manual_buenas_practicas_tarifa.pdf. Acceso: 04 Diciembre 2013.

Diputación de Valencia. *Manual de turismo sostenible*. Internet.

<http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0513920.pdf>. Acceso: 10 Febrero 2014.

Inti Network. *Ecuador Ama la Vida, un ejemplo turístico para América Latina*.

Internet. <http://intinetwork.tv/ecuador-ama-la-vida-un-ejemplo-turistico-para-america-latina/>. Acceso: 03 Marzo 2014.

ISO 14001:2004. *Sistemas de Gestión Ambiental-Requisitos con orientación*

para su uso. Internet. http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_14001_2004.pdf. Acceso: 16 Febrero 2014.

MINCETUR. *Conceptos fundamentales del turismo*. Internet.

http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf. Acceso: 05 Diciembre 2013.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. *Buenas prácticas y gestión de la calidad*. Internet. http://www.rree.gob.pe/servicioalciudadano/Paginas/Buenas_Practicas.aspx. Acceso: 15 Enero 2014.

Ministerio de Turismo del Ecuador. *Ministerio de Turismo*. Internet. <http://www.turismo.gob.ec/>. Acceso: 03 Marzo 2014.

Ministerio de Turismo del Ecuador. *Revista ama la vida*. Internet. http://issuu.com/direcdigital/docs/ama_la_vida_6?e=6994270/1380833. Acceso: 03 Marzo 2014.

Mxgo. *Concepto de Información*. Internet. <http://www.mxgo.net/Plan-UTEA-2007/Modulo5/fisico-matematicas/01%20D.B.%20-%20Sistemas%20de%20Informacion%20%20I.pdf>. Acceso: 26 Noviembre 2013.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). *Buenas prácticas en la FAO: Sistematización de experiencias para el aprendizaje continuo*. Internet. <http://www.fao.org/docrep/018/ap784s/ap784s.pdf>. Acceso: 03 Diciembre 2013.

Organización Mundial de Turismo. *Entender el turismo: Glosario Básico*. Internet. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>. Acceso: 06 Diciembre 2013.

Organización Mundial de Turismo. *Definición de turismo sostenible*. Internet. <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>. Acceso: 06 Diciembre 2013.

Organización Mundial de Turismo. *La calidad en el turismo*. Internet. <http://sdt.unwto.org/en/content/quality-tourism>. Acceso: 15 Enero 2014.

Programa Nacional de Desarrollo Infantil Primeros Años. *Buenas prácticas: Tres experiencias destacadas: Chubut, Chaco y San Luis*. Internet. <http://www.primerosaños.gov.ar/publicaciones/buenaspracticas.pdf>. Acceso: 04 Diciembre 2013.

Turismo Tour. *Concepto de turista*. Internet. <http://www.turismotour.com/turista>. Acceso: 26 Noviembre 2013.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Universidad Politécnica de Valencia. *Buenas prácticas ambientales para el*

ahorro de energía eléctrica. Internet.

<http://www.upv.es/entidades/CYO/info/BuenasPracticasAmbientales.pdf>

Acceso: 16 Enero 2014.



ANEXOS

Anexo # 1

Entrevista a la señorita Diana Lazo oficinista y directora del i-TUR del cantón El Tambo.

¿Cómo y cuando surgió el Centro de Información Turística, i-TUR, del cantón El Tambo?

El Centro de Información Turística del cantón El Tambo abre sus puertas el primero de mayo del año 2009, por iniciativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural de El Tambo, GADIMET, y tras la rehabilitación de la línea férrea que comprende 3,5 kilómetros de ruta entre los poblados de El Tambo y Coyoctor, donde se encuentra el complejo Arqueológico Baños del Inca.

¿Cuáles son la misión, visión y objetivos del establecimiento?

Lamentablemente el Centro de información Turística del cantón El Tambo no dispone de un documento donde se encuentre plasmado la visión, misión y objetivos del establecimiento.

¿Dispone el i-TUR de un plan o manual operativo para el personal?

No se dispone de ningún plan ni manual de operaciones para el personal del i-TUR, cualquier disposición será impuesta o estará a cargo del Departamento Desarrollo Comunitario Turismo y Cultura de la Municipalidad del cantón.

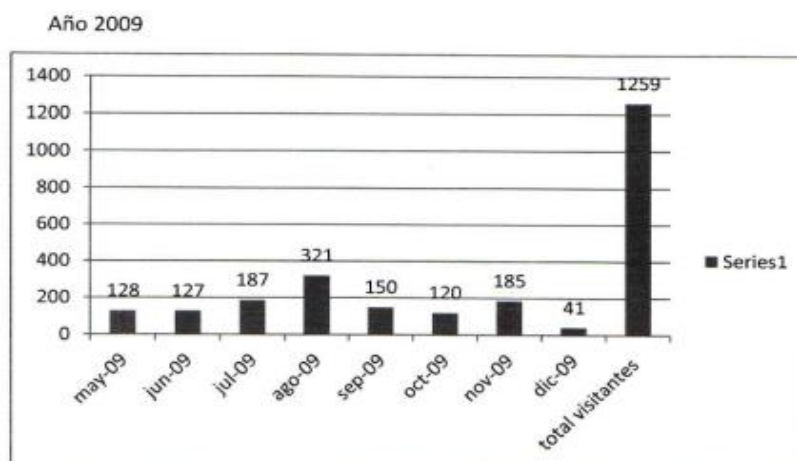
¿Cuál es la principal función de esta organización?

La principal función del i-TUR del cantón El Tambo es brindar al visitante información veraz y actualizada acerca de los atractivos y programas turísticos que ofrece la zona. De la misma manera tratar de despejar de la mejor forma dudas y preguntas que tenga el visitante en materia turística.

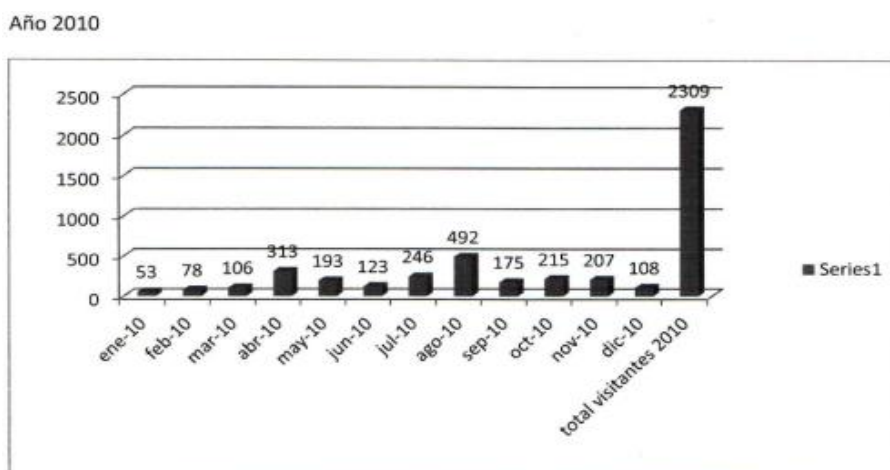
UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Qué cantidad de turistas acuden mensualmente al i-TUR para solicitar el servicio de información?

En los siguientes cuadros podemos observar la cantidad de turistas que han acudido mensualmente al Centro de Información Turística del cantón El Tambo desde su creación en el año 2009:



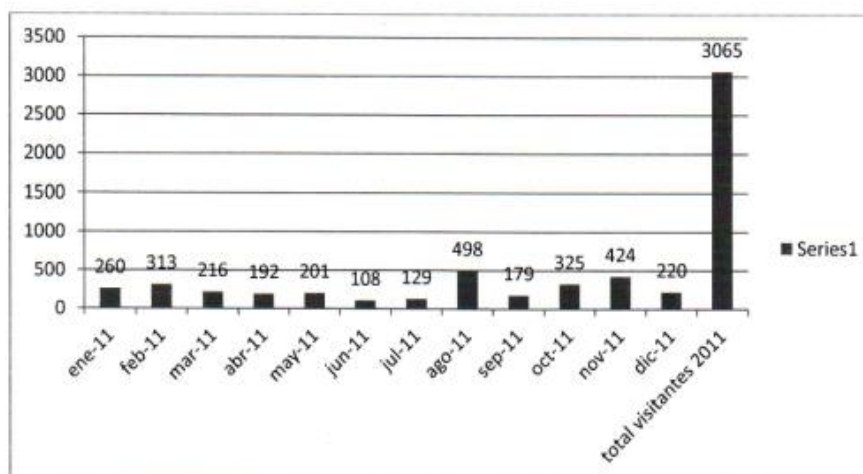
Total Visitantes año 2009 / Fuente: Centro de Información Turística del cantón El Tambo



Total Visitantes año 2010 / Fuente: Centro de Información Turística del cantón El Tambo

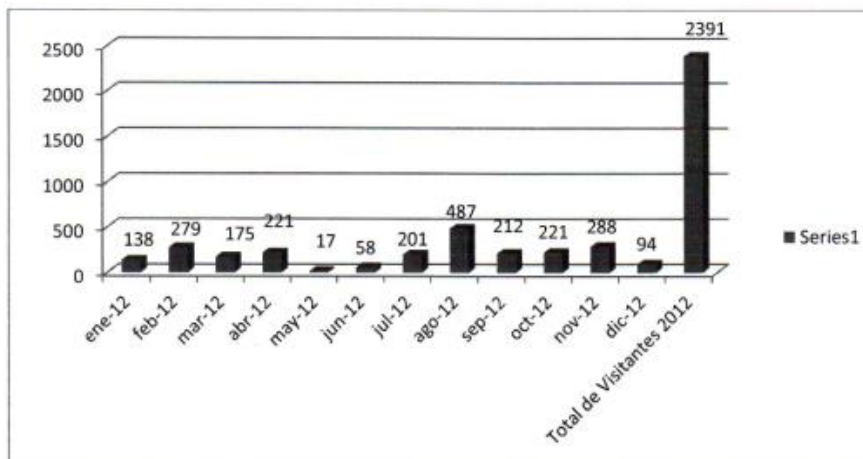
UNIVERSIDAD DE CUENCA

Año 2011



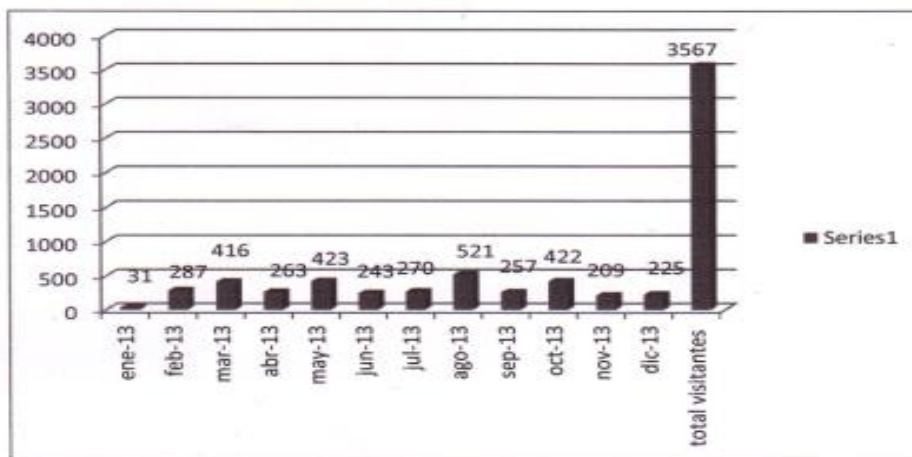
Total Visitantes año 2011 / Fuente: Centro de Información Turística del cantón El Tambo

Año 2012



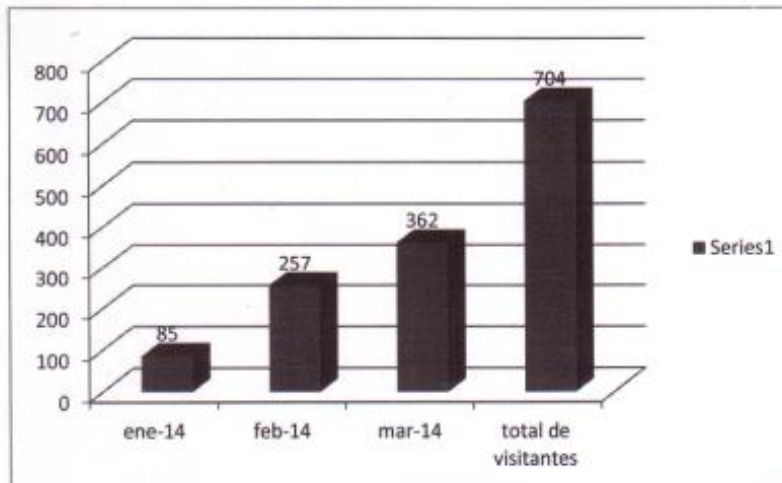
Total Visitantes año 2012 / Fuente: Centro de Información Turística del cantón El Tambo

Año 2013



Total Visitantes año 2013 / Fuente: Centro de Información Turística del cantón El Tambo

Año 2014



Total Visitantes Enero – Marzo de 2014 / Fuente: Centro de Información Turística del cantón El Tambo

De cierta forma existe un sesgo en esta información debido a que para llevar el conteo de turistas que acuden al i-TUR se toma en cuenta el número de boletos vendidos para utilizar el ferrocarril, no solamente el número de personas que solicitan información.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Existe en el establecimiento un protocolo determinado de atención al cliente?

Al cliente que llega al i-TUR a solicitar información, se le recibe con un saludo de bienvenida, se brinda la información solicitada acompañada de folletos o algún material informativo y de algunos consejos de viaje, para concluir se agradece la visita del cliente.

¿Cuál es el principal medio de transmisión de la información utilizado por el i-Tur?

El principal medio de transmisión de información utilizado por el i-TUR del cantón El Tambo son los medios tradicionales tales como folletos informativos, hojas volantes, mapas turísticos, guías turísticas, entre otros, de manera secundaria se brinda información a través del internet mediante correo electrónico (dian_lazo@hotmail.com) con la información solicitada y por vía telefónica al celular 0984242426 de la señorita Diana Lazo, oficinista y directora del Centro.

¿Cuáles son los principales proveedores de material informativo para el i-TUR?

Los principales proveedores de material informativo para el i-TUR son: el Ministerio de Turismo a través de la Dirección Provincial de Turismo, La Empresa de Ferrocarriles del Ecuador, la Municipalidad del cantón El Tambo, el Complejo Arqueológico de Ingapirca y la Empresa Privada, Hoteles y Restaurantes que buscan publicitarse mediante el Centro de Información turística.

¿El material turístico proporcionado por el i-TUR al turista está correctamente actualizado y en qué idiomas se encuentra disponible?

El material informativo que se encuentra disponible en el i-TUR del cantón El Tambo es material actual y solamente los mapas turísticos están disponibles en inglés y español, el material restante se dispone solo en idioma español.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿El material informativo con el que cuenta el i-Tur está disponible para el público en general o solamente para turistas?

El material y el servicio de información en el i-TUR del cantón El Tambo están disponibles para el público en general, personas nacionales o extranjeras que se acerquen al i-TUR a solicitar información a cerca de atractivos o programas turísticos disponibles en la zona.

¿El material informativo se encuentra correctamente organizado y existe cantidad suficiente para satisfacer la demanda por parte de turistas?

El material informativo, está correctamente organizado en relación a cada atractivo de la zona y en ciertas ocasiones es insuficiente para satisfacer la demanda de turistas y personas que solicitan información en el i-TUR de El Tambo.

¿Qué acciones o prácticas desarrolla el establecimiento en relación al ahorro de energía y cuidado medioambiental?

En el centro de información turística no se dispone de un reglamento que disponga el uso de prácticas o lineamientos destinados al ahorro de energía o cuidado medioambiental. Por otra parte se realiza la separación de residuos para reciclaje por ordenanza municipal.

¿Se involucra el i-TUR en otras actividades que se realizan en el cantón El Tambo en beneficio de la colectividad?

El Centro de Información Turística colabora en el desarrollo de talleres artesanales en los que participan pobladores de las diferentes comunidades que conforman el cantón El Tambo, en donde se exponen las muestras de la artesanía tradicional del cantón y pueden ser vendidas directamente a los turistas interesados en adquirirlas.

Por otra parte existe el apoyo a los habitantes del cantón para que a través del i-TUR publiciten sus empresas, ya sean hoteles o restaurantes.



Anexo # 2

Modelo de encuesta a clientes del Centro de Información Turística del cantón El Tambo

La presente encuesta servirá para el análisis de la calidad y servicio del Centro de Información Turística, i-TUR del cantón El Tambo.

Se solicita su colaboración y se garantiza la confidencialidad de la información proporcionada, la misma que se utilizará únicamente para el desarrollo de dicho análisis.

Encuesta para el análisis de la calidad y servicio del Centro de Información Turística del cantón el Tambo

1.- ¿Cómo considera la ubicación del Centro de Información Turística, i-TUR?

- | | | | |
|----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Malo | <input type="checkbox"/> | Excelente | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> | Óptimo | <input type="checkbox"/> |
| Bueno | <input type="checkbox"/> | | |

2.- Califique en la escala de 1 a 5 (siendo 1 Malo y 5 Óptimo) los siguientes aspectos referentes al personal del i-TUR

- | | |
|--|--------------------------|
| Presentación personal | <input type="checkbox"/> |
| Amabilidad y Hospitalidad | <input type="checkbox"/> |
| Respeto y cortesía | <input type="checkbox"/> |
| Profesionalismo del personal | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad sobre sus conocimientos | <input type="checkbox"/> |



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.- ¿Cómo calificaría las instalaciones y equipamientos del i-TUR?

Malo Excelente

Regular Óptimo

Bueno

4.- ¿Cómo calificaría la organización de los recursos materiales (material publicitario) en el i-TUR?

Malo Excelente

Regular Óptimo

Bueno

5.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de información turística?

Malo Excelente

Regular Óptimo

Bueno

6.- ¿Cuál sería el nivel de satisfacción tras su visita al Centro de Información Turística?

Insatisfactorio Satisfactorio

Poco Satisfactorio Muy Satisfactorio

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo # 3

Tabulación de datos de las encuestas

Tabulación de las encuestas a visitantes del Centro de Información Turística del cantón El Tambo

1.- ¿Cómo considera la ubicación del Centro de Información Turística i-TUR?

MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	ÓPTIMO	TOTAL
0	0	13	18	1	32

2.- Califique en la escala de 1 a 5 (siendo 1 Malo y 5 Óptimo) los siguientes aspectos referentes al personal del i-TUR

	1 --> MALO	2 --> REGULAR	3 --> BUENO	4 --> EXCELENTE	5 --> ÓPTIMO	TOTAL
Presentación Personal	0	0	6	14	12	32
Amabilidad y Hospitalidad	0	0	2	7	23	32
Respeto y Cortesía	0	0	0	6	26	32
Profesionalismo del personal	0	0	1	13	18	32
Seguridad sobre sus conocimientos	0	0	3	11	18	32



3.- ¿Cómo calificaría las instalaciones y equipamientos del i-TUR?

MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	ÓPTIMO	TOTAL
0	1	10	17	4	32

4.- ¿Cómo calificaría la organización de los recursos materiales (material publicitario) en el i-TUR?

MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	ÓPTIMO	TOTAL
0	6	13	11	2	32

5.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio de información turística?

MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	ÓPTIMO	TOTAL
0	1	9	19	3	32

6.- ¿Cuál sería el nivel de satisfacción tras su visita al Centro de Información Turística?

INSATISFACTORIO	POCO SATISFACTORIO	SATISFACTORIO	MUY SATISFACTORIO	TOTAL
0	0	22	10	32



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo # 4

Consejos para la aplicación de buenas prácticas en la empresa turística

BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA TURÍSTICA					
Consejos por área operativa	Agua	Energía/ calentamiento global	Conservación de la biodiversidad	Prevención de contaminación	Educación ambiental
HABITACIONES Y BAÑOS.	<ul style="list-style-type: none"> ● Instale inodoros eficientes. ● Use grifos y duchas con aireadores. ● Pídales a los huéspedes que reutilicen las toallas y la ropa de cama. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Apague las luces no usadas. ● Aísle techos y ventanas. ● Limpie los filtros del aire acondicionado. ● Instale ventiladores de techo. ● Sacuda el polvo de las bombillas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Limite el número de luces encendidas durante la noche. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Use aparatos que funcionen con energías alternativas. ● Coloque, en los baños, dispensadores de jabón, champú y papel higiénico para evitar el desperdicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Eduque al personal y a los turistas sobre la necesidad de cerrar las llaves de agua que no se estén usando.
COCINA	<ul style="list-style-type: none"> ● Use aparatos eficientes que no requieran tanta agua. ● Lave platos en lava-vajillas con carga completa. ● Lave frutas y verduras en recipientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilice aparatos eléctricos modernos y eficientes. ● Sitúe la refrigeradora lejos de fuentes de calor. 	<ul style="list-style-type: none"> ● No ofrezca especies escasas como una opción de alimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrezca alimentos hechos en su empresa o que tengan envolturas biodegradables. ● Suministre agua potable en jarras de vidrio. ● No utilice platos, vasos ni cubiertos desechables. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Informe al personal y a los turistas el ahorro que se produce al apagar las luces y los aparatos eléctricos que no están en uso.
LAVANDERÍA Y LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"> ● Use lavadoras y electrodomésticos de limpieza eficaces. ● Adquiera un compresor móvil y pistolas de lavado a presión para limpieza intensiva. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilice los electrodomésticos en horas que no sean pico. ● Aproveche el calor del sol para el secado de ropa. ● Use programas cortos de lavado. ● Planche varias prendas a la vez 	<ul style="list-style-type: none"> ● Use productos de limpieza y detergentes que no dañen el ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilice toallas de tela lavables. ● Use los envases vacíos para clasificar objetos. ● Limpie con productos amigables con el ambiente. 	



UNIVERSIDAD DE CUENCA

BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA TURÍSTICA					
Consejos por área operativa	Agua	Energía/ calentamiento global	Conservación de la biodiversidad	Prevención de contaminación	Educación ambiental
PROVISIONES		<ul style="list-style-type: none"> ● Compre productos cuyo mantenimiento requiera menos energía. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Adquiera productos y servicios suministrados por habitantes locales. ● Compre productos de material biodegradable, reciclable y no probados en animales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Establezca un mecanismo de compras conjuntas con otros empresarios. ● Compre toallas y ropa de cama de algodón. ● Use productos de buena calidad. ● Utilice productos hechos a base de material reciclado. ● Compre refrescos o alimentos en envases retornables. ● Emplee cartuchos recargables de tinta y tóner. 	
TRANSPORTES	<ul style="list-style-type: none"> ● Capte el agua de lluvia y úsela para lavar los vehículos. ● Cierre la llave de la manguera mientras enjabona los vehículos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Promueva actividades turísticas que no empleen automóviles. ● Use vehículos que empleen tecnologías alternativas y consuman menos energía. ● Mantenga los vehículos en buen estado. ● Ofrezca viajes de carbono neutral. 	<ul style="list-style-type: none"> ● No utilice motos acuáticas u otros artefactos similares para observar mamíferos marinos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Evite que los conductores de buses dejen los motores encendidos por largo tiempo. ● Utilice empresas de transportes que implementen acciones para reducir la emisión de gases. ● Trate en tierra firme las aguas residuales de las embarcaciones. ● Propicie el uso del transporte público. 	



BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA TURÍSTICA					
Consejos por área operativa	Agua	Energía/ calentamiento global	Conservación de la biodiversidad	Prevención de contaminación	Educación ambiental
ESPACIOS VERDES Y ÁREAS NATURALES PROPIAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Riegue los jardines temprano o cerca del anochecer. ● Utilice plantas que no necesiten tanta agua. ● Coloque pistolas de chorro mecánicas en el extremo de las mangueras de riego. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Siembre árboles o arbustos nativos alrededor de su empresa. ● Instale sensores de movimiento en áreas oscuras del jardín. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Identifique las principales especies de plantas propias de la región. ● Cultive plantas nativas. Evite las exóticas. ● No clave rótulos en los árboles. ● Evite hacer fogatas y barbacoas. ● Integre las áreas verdes con espacios naturales. ● Poda las plantas regularmente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Establezca biojardineras. ● Produzca abono natural. ● Evite quemar llantas o desechos a cielo abierto. ● No utilice agroquímicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Patrocine la visita de grupos escolares a un parque nacional. ● Organice campañas ambientales en la comunidad. ● Asíciense a una red de reservas privadas. ● Impulse el diálogo entre su red de reservas y el sector público. ● Desarrolle zonas de amortiguamiento alrededor de las reservas. ● Establezca rótulos sin "quebrar" el paisaje.
INSTALACIONES GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> ● Reutilice las aguas grises. ● Programe un mantenimiento general para revisión de tuberías e instalaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Establezca un programa de mantenimiento preventivo para las instalaciones eléctricas. ● Use en lo posible energías alternativas y aparatos que usen estas energías. ● Utilice sensores y temporizadores para apagar automáticamente las luces. ● Compre unidades de aire acondicionado eficientes. ● Utilice bombillas que consumen menos energía en áreas de uso común. ● Aproveche al máximo la luz solar. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Instale pantallas en las luces externas. ● Proteja a las aves de los choques contra las ventanas. ● Asegúrese de que las aguas servidas no descarguen directamente en las fuentes de agua naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Imprima papel por los dos lados. ● Utilice pizarras para colocar memorándums. ● Coloque contenedores para reciclaje. ● No utilice pinturas con plomo, ni aerosoles con clorofluorocarbonos. ● Asegúrese de que el diseño de sus instalaciones responda a las condiciones de la zona. ● Procure que su empresa esté conectada a un buen sistema de tratamiento de aguas servidas. ● Haga respetar las disposiciones de "No Fumar" dentro de espacios cerrados. 	



BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA TURÍSTICA					
Consejos por área operativa	Agua	Energía/ calentamiento global	Conservación de la biodiversidad	Prevención de contaminación	Educación ambiental
<p>ATENCIÓN AL TURISTA, RECORRIDOS GUIADOS EN ÁREAS NATURALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mantenga un tanque con agua en su empresa. ● Contrate una empresa para que haga análisis de la calidad del agua de la suya. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elabore, con la asesoría de un experto, un plan de emergencia para enfrentar fenómenos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomente el seguimiento de los códigos de conducta en las áreas naturales. ● Diseñe paquetes turísticos para grupos pequeños. ● Contrate proveedores turísticos responsables. ● Denuncie los daños en el ambiente. ● Apoye los esfuerzos locales de conservación. ● No ingrese en áreas frágiles, ni aceche a los animales. ● No tenga animales en cautiverio. ● No ilumine la playa o el océano en las áreas de anidación de tortugas. ● No dirija luces hacia la cara de un animal. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recuérdelos a los turistas y a su personal no dejar desechos en las áreas naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Eduque a su personal sobre problemas ambientales y las medidas para hacerles frente. ● Inste al personal y a los turistas a participar en actividades de conservación ambiental. ● Facilíteles a los turistas datos sobre áreas protegidas; motívelos a visitarlas y a protegerlas. ● Colabore en la educación ambiental de las comunidades. ● Únase a otros para desarrollar métodos para conservar las áreas silvestres. ● Facilite la capacitación continua del personal. ● Instruya a los guías sobre cómo hacer una interpretación ambiental efectiva.

Anexo # 5

Símbolos de reciclado

El círculo o anillo de Möbius



El anillo o círculo de Möbius se ha convertido en el símbolo internacional del reciclaje, si bien ha dado lugar a diversos identificadores. Cuando el anillo aparece sin más, significa que el producto o envase está hecho con materiales que pueden ser reciclables. Si el anillo va dentro de un círculo quiere decir que parte de los materiales del producto o envase han sido reciclados. El símbolo puede especificar el porcentaje de producto reciclado que lleva (en este caso, un 20%). Normalmente este dato suele aparecer en envases y cajas de cartón.

El símbolo Tydiman



Una figura humana depositando un residuo en una papelera, indica al consumidor que se responsabilice de deshacerse del mismo en un lugar adecuado.

Identificación de diferentes tipos de plástico



Las botellas de vidrio pueden llevar también un símbolo que combine un anillo de Möbius, y un muñeco que deposita uno de estos envases en un contenedor, recalcando al consumidor la importancia de utilizar los contenedores verdes.

Los siete símbolos del plástico

Las flechas del anillo - señal de que puede reciclarse de alguna forma - son más estrechas, y contienen un número y unas letras que señalan el tipo de material. Un consumidor puede encontrarse en el mercado los siguientes símbolos:



PET o PETE (Polietileno tereftalato): Es el plástico típico de envases de alimentos y bebidas, gracias a que es ligero, no es caro y es reciclable. En este sentido, una vez reciclado, el PET se puede utilizar en muebles, alfombras, fibras textiles, piezas de automóvil y ocasionalmente en nuevos envases de alimentos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

HDPE (Polietileno de alta densidad): Gracias a su versatilidad y resistencia química se utiliza sobre todo en envases, en productos de limpieza de hogar o químicos industriales (botellas de champú, detergente, cloro, etc.). También se le puede ver en envases de leche, zumos, yogurt, agua, y bolsas de basura y de supermercados. Se recicla de muy diversas formas, como en tubos, botellas de detergentes y limpiadores, muebles de jardín, botes de aceite, etc.

V o PVC (Vinílicos o Cloruro de Polivinilo): Es muy resistente, por lo que es muy utilizado en limpiadores de ventanas, botellas de detergente, champú, aceites, y también en mangueras, equipamientos médicos, ventanas, tubos de drenaje, materiales para construcción, forro para cables, etc. No se recicla muy habitualmente, en este caso se utiliza en paneles, tarimas, canalones de carretera, tapetes, etc. El PVC puede soltar diversas toxinas (no hay que quemarlo ni dejar que toque alimentos) por lo que es preferible utilizar otro tipo de sustancias naturales.

LDPE (Polietileno de baja densidad): Este plástico fuerte, flexible y transparente se puede encontrar en algunas botellas y bolsas muy diversas (de la compra o para comida congelada, pan, etc.) algunos muebles, y alfombras. Tras su reciclado se puede utilizar de nuevo en contenedores y papeleras, sobres, paneles, tuberías o baldosas.

PP (Polipropileno): Su alto punto de fusión permite envases capaces de contener líquidos y alimentos calientes. Se suele utilizar en la fabricación de envases médicos, yogures, pajitas, botes de salsa de tomate, tapas, algunos contenedores de cocina, etc. Al reciclarse se pueden obtener señales luminosas, cables de batería, escobas, cepillos, raspadores de hielo, bastidores de bicicleta, rastrillos, cubos, paletas, bandejas, etc.

PS (Poliestireno): Utilizado en platos y vasos de usar y tirar, hueveras, bandejas de carne, envases de aspirina, cajas de CD, etc. Su bajo punto de fusión hace posible que pueda derretirse en contacto con el calor. Algunas organizaciones ecologistas subrayan que se trata de un material difícil de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

reciclar (aunque en tal caso se pueden obtener diversos productos) y que puede emitir toxinas.

Otros: En este cajón de sastre se incluyen una gran diversidad de plásticos muy difíciles de reciclar. Por ejemplo, con estos materiales están hechas algunas clases de botellas de agua, materiales a prueba de balas, DVD, gafas de sol, MP3 y PC, ciertos envases de alimentos, etc.

Como variantes de estos símbolos de materiales plásticos se pueden encontrar sólo con los números, sin los acrónimos, o con el anillo más grueso de Möbius, incluyendo en su interior el número que corresponda. Asimismo, si el acrónimo lleva una "R" delante, significa que el producto lleva materiales plásticos reciclados. Por su parte, si el símbolo lleva el acrónimo ABS, se trata del acrilonitrilo butadieno estireno, un plástico muy duro utilizado en automoción y en usos tanto industriales como domésticos.



Anexo # 6

Decálogo de buenas prácticas en la vida diaria

Reduce, reutiliza y recicla el consumo de materias primas lo máximo posible.

No despilfarres: utiliza sólo la energía necesaria.

Separa los residuos. Deposítalos en el contenedor adecuado o llévalos a los puntos limpios.

Utiliza el transporte público cuando sea posible.

Utiliza los electrodomésticos cuando tengan la carga completa.

Minimiza el ruido: es una forma de contaminación.

No despilfarres el agua: utiliza medidas de ahorro.

Infórmate bien: no utilices productos agresivos con el medio ambiente y con tu salud.

Ojo!: el desagüe no es un medio para deshacerse de todos los desperdicios.

Evita tirar el aceite usado por el desagüe, cuando llega al agua impide que pase el oxígeno a los peces y a las algas.

Los residuos peligrosos deben gestionarlos entidades autorizadas.

Crea un ambiente verde con plantas naturales, aportará humedad al ambiente además de decorar.

Aplica estas medidas en tu vida diaria, según tus posibilidades.



Anexo # 7

Diseño de Monografía



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA TURISMO

DISEÑO DE MONOGRAFÍA

**“PROPUESTA DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CENTROS
DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: EL CASO DEL i-TUR DEL CANTÓN EL
TAMBO”**

ALUMNO

CARLOS ISRAEL AMAYA MONTERO

Cuenca, Octubre 2013



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1. TÍTULO DE LA MONOGRAFÍA

Propuesta de un Manual de Buenas Prácticas para Centros de Información Turística: el caso del i-Tur del cantón El Tambo

2. NOMBRE DELESTUDIANTE

Carlos Israel Amaya Montero

3. RESUMEN DEL DISEÑO DE LA MONOGRAFÍA

El presente proyecto tiene como objetivo conocer las buenas prácticas aplicables a los centros de información turística lo que permitirá plasmarlas en un manual que será destinado concretamente al centro de información turística del cantón El Tambo.

Las técnicas de investigación a utilizar para lograr el objetivo planteado son, la recopilación de la información en el ámbito de las buenas prácticas a través de libros, manuales, internet y trabajo de campo a base de entrevistas no estructuradas a turistas y al personal del i-TUR, a través de cuestionarios específicos para cada caso, la información obtenida servirá para determinar la situación del uso de buenas prácticas en el establecimiento, conocer cuáles son las buenas prácticas se deben implementar en el i-TUR del cantón El Tambo y determinar los aspectos a los cuales estará enfocado el manual propuesto en este trabajo.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE MONOGRAFÍA

En varios tipos de industrias se vienen implementando normas de calidad que permiten mejorar el producto o servicio que ofertan, la industria del turismo no es la excepción y por eso se ha visto conveniente en esta monografía elaborar un manual de buenas prácticas para centros de información turística (i-TUR) en caso concreto para el i-TUR del cantón El Tambo, en donde la actividad turística se ha convertido en un papel importante para su desarrollo y se considera necesario disponer de una guía de consulta para el personal del establecimiento en lo que se refiere a buenas prácticas institucionales con



UNIVERSIDAD DE CUENCA

normas y directrices enfocadas directamente en aspectos como el comportamiento y presentación del personal del establecimiento, correcto manejo y gestión de recursos materiales y proveedores, organización de tareas y material informativo, uso de instalaciones y equipamientos del centro, comercialización de la información, atención al cliente y gestión medioambiental.

Un manual de buenas prácticas es de gran importancia en el desempeño de las empresas, pues contiene la información necesaria para llevar a cabo de manera precisa y secuencial las tareas y actividades operativas que son asignadas a cada unidad administrativa de las mismas. Asimismo, determina responsabilidades e identifica mecanismos básicos para un adecuado desarrollo de actividades, con el propósito de generalizar los procedimientos que realicen las distintas unidades administrativas de la empresa, en este caso el centro de información turística del cantón El Tambo.

5. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

En lo que compete a la bibliografía a utilizar, para realizar esta monografía se han tomado las siguientes obras:

Como elaborar y usar los manuales administrativos, escrito por Joaquín Rodríguez Valencia; en este libro podemos encontrar información como el concepto de manual, objetivos de los manuales e instrucciones de cómo elaborar manuales administrativos.

Por otra parte se utilizará el libro Manual de buenas prácticas guías de turismo y operación turística gestión de servicio, elaborado por el Ministerio de comercio exterior y turismo del Perú, donde podemos encontrar definiciones e información a cerca de la calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente, además de temas como la asesoría al turista.

El Manual de buenas prácticas de turismo sostenible de Mónica Pérez de las Heras no s brinda información a cerca de la aplicación de directrices de turismo



UNIVERSIDAD DE CUENCA

sostenible en operadores de turismo como agencias de viaje y oficinas de información turística.

La obra Gestión de oficinas de turismo de Oriol Miralbell nos brinda información relevante a cerca de la calidad en el servicio brindado por las oficinas de turismo, además de las características y perfil profesional que debe tener el personal de las mismas, sus principales funciones e instrucciones en el correcto desempeño de su trabajo.

El Manual de buenas prácticas para turismo sostenible de Rainforest Alliance es de gran importancia pues en este manual encontramos información relevante en la aplicación de buenas prácticas en el ámbito empresarial, en el ámbito socio-cultural y en el ámbito ambiental.

El libro de Gonzalo Rodríguez y Fidel Martínez titulado Nuevos retos para el Turismo, nos da pautas sobre las normas de calidad en la aplicación de buenas prácticas en el área turística.

En el Manual de buenas prácticas ambientales para agencias de viajes y turismo, elaborado por el Ministerio de comercio exterior y turismo del Perú, podemos encontrar información de cuál es la relación entre las agencias de viajes y turismo y la manera cómo implementar buenas prácticas ambientales en estas entidades.

La obra Gestión de unidades de información y distribución turística: Las unidades de información y distribución turística, escrito por Noelia Cabarcos, permite obtener información relacionada con conceptos de calidad, implementación de sistemas de calidad, mejoras continuas y satisfacción a los clientes.

En el manual Buenas prácticas para la atención al cliente: oficinas de turismo, encontramos información de utilidad como por ejemplo las 10 principales reglas de atención al cliente en oficinas de turismo y normas principales para el personal.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La obra Buenas prácticas ambientales en la oficina, del foro Pro-Clima Madrid nos brinda información sobre los sistemas de gestión ambiental en el tema de manejo de residuos, agua, energía, materiales, entre otros.

La Guía de buenas prácticas ambientales de oficina desarrollada por el Servicio Nacional de Aprendizaje Regional Antioquia, nos brinda directrices relacionadas con el uso y ahorro de energía, manejo de residuos, gestión de recursos y otros temas de interés para el desarrollo de esta monografía.

6. OBJETIVOS, METAS, TRANSFERENCIA DE RESULTADOS E IMPACTOS

6.1 Objetivo General:

Conocerla importancia de las buenas prácticas aplicables a los centros de información turística, mediante la aplicación de un manual.

6.1.2 Objetivos Específicos:

- 1) Realizar un diagnóstico de la situación del empleo de buenas prácticas en el centro de información turística (i-TUR) del cantón El Tambo.
- 2) Determinar las buenas prácticas que se deben implementar en el centro de información turística (i-TUR) del cantón El Tambo.

6.2 Meta:

Elaboración de un manual de buenas prácticas para el centro de información turística (i-TUR) del cantón El Tambo.

6.2 Transferencia de Resultados:

- 1) Realizar una capacitación en el área de buenas prácticas, destinado al personal que labora en el centro de información turística del cantón El Tambo.
- 2) Grabar 20 discos compactos que contengan el manual de buenas prácticas para su distribución al personal del centro de información turística y para archivo del mismo.



6.4 Impactos

- 1) La elaboración de esta monografía genera un impacto en el campo social ya que contribuye a mejorar la calidad de atención a los turistas por parte del personal que trabaja en el i-TUR del cantón El Tambo.
- 2) Impacto en el campo ecológico puesto que uno de los aspectos del manual de buenas prácticas se enfoca en tratar de generar el menor efecto posible para el medio ambiente.

7. TÉCNICAS DE TRABAJO

Para la elaboración de esta monografía es necesario documentar la información teniendo como principal fuente, libros y manuales en donde podamos encontrar instrucciones y directrices sobre buenas prácticas en instituciones dedicadas al turismo y a la atención al cliente.

Por otra parte se pretende tomar información de medios como el internet y haciendo observación de campo donde se pueda evidenciar la situación del centro de información turística en el empleo de buenas prácticas. Por otra parte es necesario elaborar entrevistas no estructuradas al personal que trabaja en el centro de información turística y a los turistas que acuden al mismo, lo que nos ayudará a conocer de mejor manera los campos de aplicación de buenas prácticas en los cuales centrar el desarrollo de la monografía.



8. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía con Autor

Cabarcos Novás, Noelia. *Gestión de unidades de información y distribución turística: Las unidades de información y distribución turística*. Vigo, Ideaspropias Editorial, 2006.

Miralbell Izard, Oriol. *Gestión de oficinas de turismo*. Barcelona, Editorial OUC, 2007.

Pérez de las Heras, Mónica. *Manual de Turismo Sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Madrid, Mundi-Prensa, 2004.

Rodríguez, Gonzalo y Fidel Martínez roget. *Nuevos retos para el Turismo*. La Coruña, Netbiblo, s.t., 2009.

Rodríguez Valencia, Joaquín. *Como elaborar y usar los manuales administrativos*. 3ª ed., México D.F., Thomson Learning, 2002.

Bibliografía sin Autor

Anfitriones Turismo. *Buenas prácticas para la atención al cliente. Oficinas de Turismo*. Madrid, Cultura del detalle, 2009.

Dirección nacional de desarrollo turístico. *Manual de buenas prácticas ambientales para agencias de viajes y turismo*. Internet. http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/Gestion_Ambiental/Manual_Buenas_Practicas_Ambientales_Agencias_Viaje_Turismo.pdf. Acceso: 15 Agosto 2013.



Dirección nacional de desarrollo turístico. *Manual de buenas prácticas: guías de turismo y operación turística. Gestión de servicio.* Internet. http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_GT_VERSION_FINAL_190707/MBP_Guias_de_Turismo_y_Operacion_Turistica.pdf. Acceso: 15 Agosto 2013.

Foro Pro-Clima Madrid. *Buenas prácticas ambientales en la oficina.* Internet. <http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Sostenibilidad/EspecialEsInformativos/Sistemas%20de%20Gesti%C3%B3n%20Ambiental/Ficheros/Buenaspractic.pdf>. Acceso: 03 Octubre 2013.

Rainforest Alliance. *Buenas prácticas para turismo sostenible.* Internet. http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf. Acceso: 15 Agosto 2013.

Servicio Nacional de Aprendizaje Regional Antioquia. *Guía de buenas prácticas ambientales de oficina.* Internet. <http://www.slideshare.net/gloriaedr/gua-de-buenas-prcticas-ambientales-de-oficina-ctpga>. Acceso: 03 Octubre 2013.

9. RECURSOS HUMANOS

“PROPUESTA DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: EL CASO DEL I-TUR DEL CANTÓN EL TAMBO”

Recurso	Dedicación	Valor Total
Director	1 horas/semana/12 meses.	\$ 600,00
Estudiantes	20 horas/semana/12 meses.	\$ 4.800,00
Total		\$ 5.400,00



10. RECURSOS MATERIALES

“PROPUESTA DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: EL CASO DEL I-TUR DEL CANTÓN EL TAMBO”

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1 resma	Papel bond A4	\$ 4,50	\$ 4,50
2 unidades	Esferográfico	\$ 0,35	\$ 0,70
2 unidades	Lápiz	\$ 0,28	\$ 0,56
2 unidades	Borrador	\$ 0,35	\$ 0,70
2 unidades	Corrector	\$ 1,25	\$ 2,50
1 unidad	Engrapadora	\$ 1,80	\$ 1,80
1 unidad	Perforadora	\$ 1,50	\$ 1,50
1 unidades	Cuaderno 100H. cuadros	\$ 1,15	\$ 1,15
1 unidades	Folder	\$ 0,50	\$ 0,50
200 unidades	Fotocopias	\$ 0,02	\$ 4,00
20 unidades	Discos Compactos (impresos)	\$2,00	\$ 40,00
1 unidad	Laptop	\$ 500,00	\$ 500,00
Mensual	Internet	\$ 25,00	\$ 25,00
1 unidad	Impresora	\$ 78,00	\$ 78,00
2 unidades	Tinta de impresora	\$ 12,00	\$ 24,00
1 unidad	Cámara fotográfica	\$ 200,00	\$ 200,00
30 viajes	Transporte	\$ 1,75	\$ 52,50
TOTAL			\$ 937,41

11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

“PROPUESTA DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: EL CASO DEL i-TUR DEL CANTÓN EL TAMBO”

OCTUBRE DE 2013 A OCTUBRE DE 2014

ACTIVIDADES	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Presentar el diseño de investigación.	x	x										
2. Recolectar información.	x	x										
3. Realización de visitas al establecimiento			X	x	X							
4. Entrevistas				x	X							
5. Organizar la información						x	x					
6. Revisar y organizar la información obtenida con el Director (a)								x	x			
7. Discutir y analizar los contenidos con el director de acuerdo a los objetivos									x			
8. Redacción										x		
9. Corrección de la redacción										x		
10. Revisión final y conclusión de la tesis										x	x	
11. Impresión y empastado											x	
12. Cumplir con los requisitos de graduación												x

12. PRESUPUESTO

“PROPUESTA DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: EL CASO DEL I-TUR DEL CANTÓN EL TAMBO”

Concepto	Aporte del estudiante	Otros aportes	Total
Recursos humanos		Aporte Universidad de Cuenca	
Director			\$ 600,00
Estudiante	\$ 4.800,00		\$ 4.800,00
Gastos de movilización			
Transporte	\$52,50		\$ 52,50
Gastos de la investigación			
Material de escritorio e insumos	\$ 57,91		\$ 82,91
Internet	\$ 25,00		
Equipos, laboratorios y maquinaria			
Laptop	\$ 500,00		\$ 778,00
Impresora	\$ 78,00		
Cámara de fotos	\$ 200,00		
Depreciación			
Laptop	\$ 165,00		\$ 256,74
Impresora	\$ 25,74		
Cámara de fotos	\$ 66,00		
Subtotal			\$ 6.570,15
Otros			
Imprevistos 10% del subtotal	\$ 657,02		\$ 657,02
Total			\$ 7.227,17



UNIVERSIDAD DE CUENCA

13. ESQUEMATENTATIVO

Firma de responsabilidad

Abstract

Índice

Introducción

Capítulo 1: Conceptos Básicos

1.1 Buenas Prácticas

1.2 Buenas Prácticas y Turismo

1.3 Buenas Prácticas y los Centros de Información Turística

Capítulo2: Ámbitos de desarrollo de Buenas Prácticas en Centros de Información Turística

2.1Ámbito Empresarial

2.2 Ámbito Socio-Cultural

2.3 Ámbito Ambiental

Capítulo3: Manual de Buenas Prácticas paraCentros de Información Turística: i-TUR El Tambo

3.1 Antecedentes

3.2 Objetivos

3.3 Presentación

3.4 Generalidades

3.5 Áreas de Implementación

3.5.1 Personal del Establecimiento.

3.5.2 Recursos Materiales y Proveedores.

3.5.3 Organización.

3.5.4 Instalaciones y Equipamientos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5.5 Comercialización.

3.5.6 Atención al Cliente.

3.5.7 Gestión Medioambiental

3.6 Buenas Prácticas y Calidad Turística.

Conclusiones

Bibliografía