



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN
TURISMO

PROYECTO TÉCNICO
TURÍSTICO DE TITULACIÓN



TEMA

Propuesta de Capacitación para el Servicio de Calidad, atención al cliente a los artesanos, Centro Municipal Artesanal CEMUART, Cuenca.



AUTOR/A

Olga Lucia Chuñir Panamá

María Eduarda Mosquera Mosquera



TUTOR/A

Ing. Santiago Pulla Pesantez



2019

"Cuando conectamos la educación con el turismo, estamos uniendo dos fuerzas que pueden hacer de este mundo, un lugar mejor". -Taleb Rifai.

COORDINACIÓN 2019



CARRERA DE TURISMO

TEMA:

Propuesta de Capacitación para el Servicio de Calidad, atención al cliente a los artesanos, Centro Municipal Artesanal CEMUART, Cuenca.

AUTOR:

Olga Lucia Chuñir Panama

Maria Eduarda Mosquera Mosquera

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN TURISMO

TUTORES:

- Ing. Santiago Pulla Pesantez

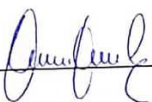
CUENCA – ECUADOR, 2019

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA
COMITÉ TÉCNICO MULTIDISCIPLINARIO
Certificación de Aprobación del Trabajo de Titulación

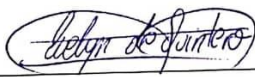
Damos fe que el trabajo desarrollado por el/la estudiante: **Chuíñir Panamá Olga Lucía, Mosquera Mosquera María Eduarda** con el título: "Propuesta de Capacitación para el Servicio de Calidad, atención al cliente a los artesanos, Centro Municipal Artesanal CEMUART, Cuenca." cumple con las exigencias metodológicas y técnicas.

Por lo antes mencionado, los TUTORES asignados del COMITÉ TÉCNICO MULTIDISCIPLINARIO resuelve **APROBAR** el Trabajo de Titulación.

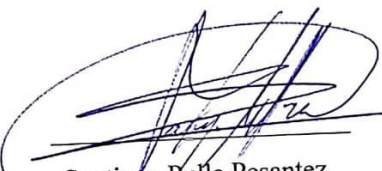
Atentamente,



Adriana Lucila Ortega
Echeverría
Miembro del Comité
Multidisciplinario



Evelyn Nataly Maldonado
Velez
Miembro del Comité
Multidisciplinario



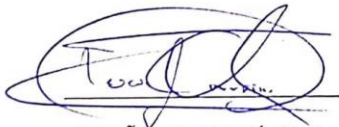
Santiago Pulla Pesantez
Miembro del Comité
Multidisciplinario

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, CHUÑIR PANAMÁ OLGA LUCIA, MOSQUERA MOSQUERA MARÍA EDUARDA, estudiantes del Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que curso la Tecnología en TURISMO, declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre "Propuesta de Capacitación para el Servicio de Calidad, atención al cliente a los artesanos, Centro Municipal Artesanal CEMUART, Cuenca." así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

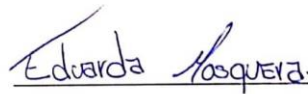
En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



CHUÑIR PANAMÁ OLGA LUCIA

Cédula: 0105173496



MOSQUERA MOSQUERA MARIA EDUARDA

Cédula: 0105979306

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.

RESUMEN

La capacitación es un proceso educacional aplicado de manera sistemática y organizada mediante la cual, las personas adquieren conocimientos específicos y relativos a su trabajo. Muchas veces algunas estrategias utilizadas en la capacitación, no llenan las expectativas de las personas. Por tal razón la Detección de Necesidades de Capacitación es un pilar fundamental para diseñar e implementar un plan correcto de cualificación que conlleven al logro de los objetivos organizacionales.

A partir de la información obtenida con el diagnóstico de necesidades de capacitación podemos cubrir las falencias que posee el artesano al realizar su trabajo. En sintonía a estos argumentos, el Centro Municipal Artesanal de Cuenca CEMUART, está conformado por un importante grupo de 82 artesanos que se dedican a la producción y comercialización de productos artesanales, rescatando, de esta manera, la tradición y cultura de la Ciudad de Cuenca.

Las capacitaciones que se han realizado, son gracias al apoyo de otras instituciones, mismas que no obedecen a un estudio de las necesidades específicas de este importante grupo. La presente investigación hace un aporte a esta institución mediante el estudio de las necesidades de capacitación, la elaboración de una propuesta de calidad y atención al cliente. De esta manera, el grupo de artesanos contara con una alternativa que les permita mejorar su trabajo de una manera cualificada.

Palabras claves:

Turismo Sostenible Capacitación Artesano Servicio de Calidad Artesanías



Abstract:

Training is an educational process applied in a systematic and organized way through which people acquire specific knowledge related to their work.

Many times some strategies used in training do not meet people's expectations. For this reason, the Detection of Training Needs is a fundamental pillar for designing and implementing a correct qualification plan that leads to the achievement of organizational objectives.

Based on the information obtained from the training needs diagnosis, we can cover the shortcomings that the artisan has when carrying out his work. In tune with these arguments, the Municipal Handicraft Center of Cuenca CEMUART, is conformed by an important group of 82 artisans that are dedicated to the production and commercialization of handcrafted products, rescuing, this way, the tradition and culture of the City of Cuenca.

The trainings that have been made, are thanks to the support of other institutions, same that do not obey to a study of the specific needs of this important group. The present investigation makes a contribution to this institution by means of the study of the training needs, the elaboration of a proposal of quality and attention to the client. In this way, the group of artisans will have an alternative that will allow them to improve their work in a qualified way.

Key words:

Sustainable tourism, training, craftsman, quality service, crafts



Agradecimiento

Con gratitud, queremos hacer llegar nuestro agradecimiento:

Agradecemos en primer lugar a Dios, que me nos da fortaleza necesaria para continuar día a día. A nuestras familias, por su incondicional apoyo, Al Ing. Santiago Pulla nuestro tutor quien nos supo orientar teórica y metodológicamente de forma continua y los nuestros profesores expresamos nuestra gratitud por guiarnos por haber formarnos como profesionales.



Dedicatoria

De todo corazón dedico este trabajo:

Al creador por darme la bendición de la vida y fortaleza para alcanzar mis metas y rodearme de personas que con sus palabras me alientan para seguir en adelante.

A mi hijo Miguel Ángel es la razón de mí ser, mi luz en mi vida cuando pierdo la esperanza me llena de energía para continuar con mis proyectos.

A mi abuelita Mercedes y mi abuelito Ángel gracias por guiarme en la vida sus abrazos, consejos y cariño son mi combustible, con mucho amor son mi vida entera.

A mis profesores y personas que me acompañaron en la vida estudiantil por brindarme apoyo y conocimientos.

A mis amigos son tantas gracias por ser parte del crecimiento.

Dedicatoria:

Mi tesis la dedico con todo cariño a las personas más importantes en mi vida mis padres Eduardo y Mariana que me apoyaron incondicionalmente en toda esta etapa universitaria, y por motivarme a seguir adelante cada día a ser una profesional.

A mi hermana Priscila, quien ha estado apoyándome desde la distancia en todos los momentos buenos y malos, y hacerme ver de una mejor manera las cosas.

A una persona especial con amor que he conocido en esta etapa, siempre está ahí para impulsarme a no rendirme y recordarme que lo puedo lograr.

A mi compañera y amiga de Tesis Lucia, que me ha sabido ayudar con sus conocimientos y consejos, y por ser parte de mi vida con tantas risas, hazañas, tristezas, salidas, rutas técnicas, y grandes momentos compartidos.

Esta tesis también me lo dedico a sí misma, por el esfuerzo y dedicación de cada trabajo.

Índice General:

RESUMEN.....	6
Abstract:	7
Agradecimiento.....	8
Dedicatoria	9
Dedicatoria:	10
Introducción.....	15
Objetivos de la investigación.....	16
Objetivo general:.....	16
Objetivo específicos:.....	16
Justificación.....	17
Capítulo I: Problemática que aborda.....	18
Capítulo II:Marco Referencial.....	21
Marco conceptual:.....	23
Capítulo III: Metodología de Investigación	26
Instrumentos de la investigación	28
ENCUESTA DE CALIDAD DE SERVICIO	29
CAPITULO IV: RESULTADOS	32
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	75
Capítulo V: Propuesta de Investigación.....	81
Modelo de la propuesta de capacitación en el Cemuart.....	92
Cronograma de actividades	117
Conclusiones.....	118
Recomendaciones.....	119
Bibliografía.....	122
Anexos:	125

Índice de Cuadros:

Cuadro 1 Ficha de diagnóstico para los artesanos	28
Cuadro 2 Pregunta 1.....	54
Cuadro 3 Pregunta 2.....	55
Cuadro 4 Pregunta 3.....	56
Cuadro 5 Pregunta 4.....	57
Cuadro 6 Pregunta 5.....	58
Cuadro 7 Pregunta 6.....	59
Cuadro 8 Pregunta 7.....	60
Cuadro 9 Pregunta 8.....	61
Cuadro 10 Pregunta 9.....	62
Cuadro 11 Pregunta 10.....	63
Cuadro 12 Establecer los temas para el desarrollo de la capacitación.....	68
Cuadro 13 Temas a desarrollar.....	69
Cuadro 14 Ponentes.....	73
Cuadro 15 Cronograma de Actividades.....	75
Cuadro 16 Tipos de clientes.....	82
Cuadro 17 Expectativas del Cliente en cuanto a la atención.....	83
<i>Cuadro 18</i> Reglas para una excelente atención al cliente.....	83
Cuadro 19 Estrategias de promoción.....	84
Cuadro 20 Estrategia de.....	85
<i>Cuadro 21</i> Saludos de bienvenida/ Greeting people.....	87
Cuadro 22 Agradecimientos/Thanking.....	87
Cuadro 23 Como despedirse/ Say good bye.....	88
<i>Cuadro 24</i> Compras/ Shooping.....	88
<i>Cuadro 25</i> Artesanía/ Handicraft.....	88
<i>Cuadro 26</i> Afirmaciones/ Affirmations.....	88



Cuadro 27 Negaciones/Denials89

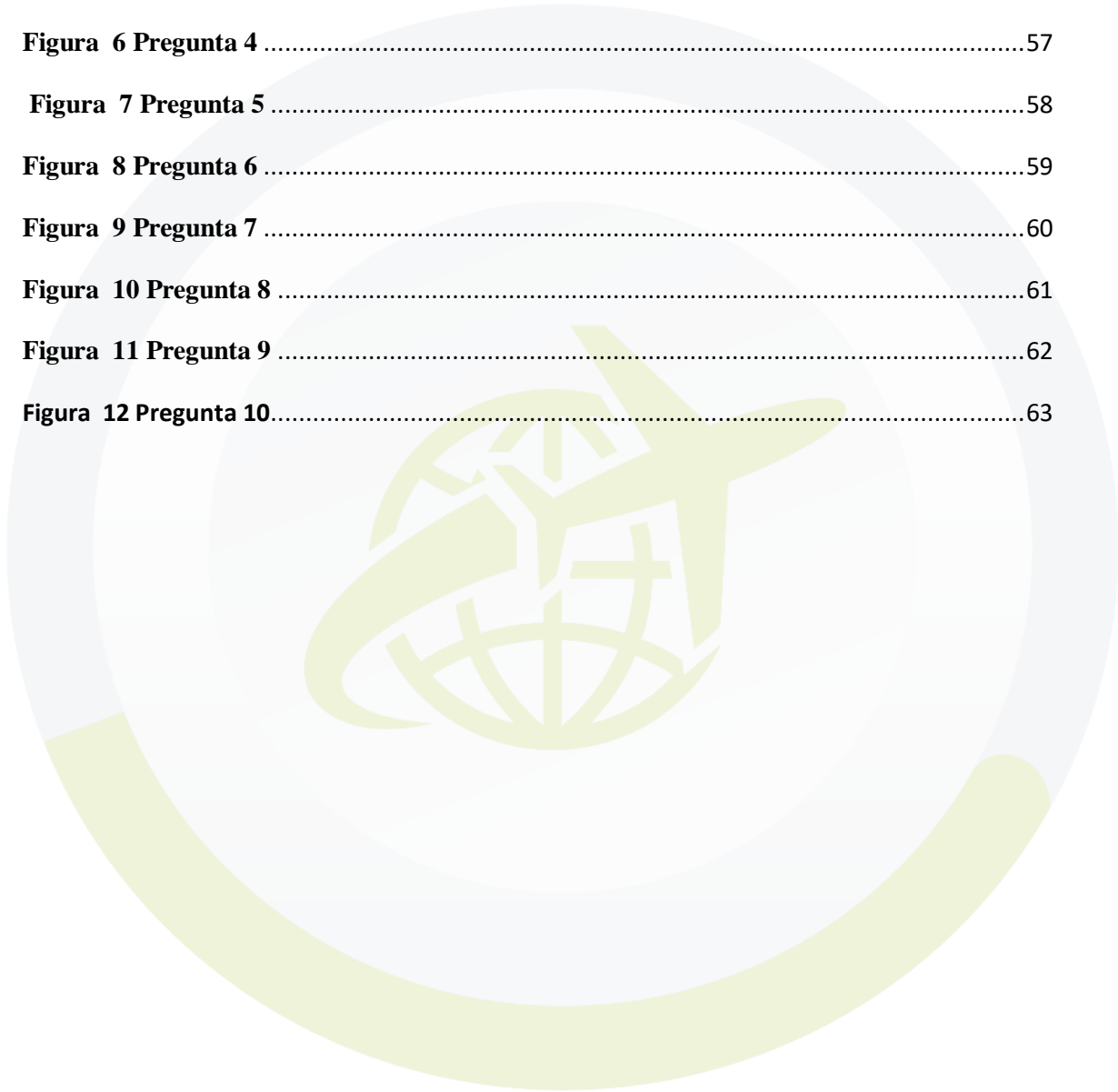
Cuadro 28 Beneficios del turismo sostenible90





Índice de Figuras:

Figura 1 Calidad del Servicio	19
Figura 2 Problemática del Cemuart	20
Figura 3 Pregunta 1	54
Figura 4 Pregunta 2	55
Figura 5 Pregunta 3	56
Figura 6 Pregunta 4	57
Figura 7 Pregunta 5	58
Figura 8 Pregunta 6	59
Figura 9 Pregunta 7	60
Figura 10 Pregunta 8	61
Figura 11 Pregunta 9	62
Figura 12 Pregunta 10	63



Introducción

La capacitación es un conjunto de procesos organizados dirigidos a prolongar un desarrollo de habilidades así mismo un cambio de actitudes con el propósito para incrementar eficacia en el desempeño de los vendedores del sector artesanal. La propuesta de capacitación para el servicio de calidad a los vendedores de artesanías en el Centro Municipal Artesanal, busca fortalecer y desarrollar la ética, la prestación de buenas prácticas de servicio basándose los siguientes temas:

Marketing turístico; satisfacción al cliente, imagen corporativa, técnicas de ventas y costos. Turismo sostenible: reducir, reutilizar, reciclar, recuperar (4R) con el uso de bolsas de papel y cartones, para crear conciencia en las artesanas y visitantes en la contribución del ambiente, adquisición de conocimiento en inglés turístico: saludo, costos para aportar la interacción entre el vendedor y consumidor. Hospitalidad y Calidad: buen trato hacia el turista lo que se quiere lograr es captar aptitudes y habilidades de los artesanos en manera continua.

Mediante la propuesta de capacitación se puede mejorar la atención a los turistas en el Centro Municipal Artesanal, puesto que recibirán una atención y servicio de calidad en el sector turístico, para lograr la demanda de turistas. Para satisfacer la calidad de la atención es necesario que la comunidad artesanal esté capacitado para que sea capaz de desenvolverse en el ámbito comercial de artesanías y una buena relación entre vendedor y cliente, de esta manera lograr un buen servicio al visitante

Objetivos de la investigación.

Objetivo general:

Propuesta de Capacitación para el Servicio de Calidad, atención al cliente a los artesanos, Centro Municipal Artesanal CEMUART, Cuenca.

Objetivo específicos:

Realizar un levantamiento de información de la realidad actual que poseen los artesanos.

Establecer los temas para el desarrollo de la capacitación, mediante material didáctico turístico

Proponer la capacitación para atención al cliente a los vendedores de artesanías, Centro Municipal Artesanal Cemuart.

Preguntas de investigación:

¿Qué mecanismo se utilizara para recolectar información de servicio de calidad?

¿Cómo se fortalecerá a los artesanos en el servicio calidad?

¿Cómo se beneficiara a los artesanos del Cemuart?

Justificación.

El sector turístico ha crecido exponencialmente en los últimos años, la importancia de conservar la esencia del lugar crea la necesidad de un turismo sostenible que permita seguir disfrutando de las maravillas que podemos encontrar por todo el mundo. “La Organización Mundial del Turismo OMT, concibe al turismo sostenible como “una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

La importancia de mejorar el servicio y la atención a los turistas que acuden al Centro municipal artesanal, reforzará la calidad a su vez el conocimiento de los artesanos. La artesanía ha sido a lo largo de los años una actividad fundamental que ha servido como soporte a diversas áreas. Las condiciones para afrontar los cambios en los consumidores del mercado local deben poner los medios adecuados para que los destinos turísticos puedan dar cabida a esta actividad tradicional. Por medio de esta propuesta de capacitación se pretende evidenciar una mejor organización en los prestadores de servicios turísticos, lo que fortalecerá los conocimientos a los vendedores para tengan una mejor disposición de brindar calidad y servicios, idioma turístico, uso de bolsas de papel y cartones implementando reducir, reutilizar, reciclar, recuperar (4R) mejorando la calidad del servicio. En cuanto a la capacitación de servicio al cliente en centro municipal artesanal, se pretende alcanzar un mayor grado de satisfacción al cliente aplicando destrezas de hospitalidad para que el artesano siempre esté interesado en lo que el cliente quiere recibir, por esto se ha planteado esta propuesta de capacitación para que los vendedores se sientan más motivados al momento de recibir las capacitaciones, con esto se lograra que el vendedor se empeñe a lo que se dedica de esta manera captar la expectativa del visitante

Esta capacitación coordinara bajo la supervisión administrativa del centro municipal CEMUART que esta designado para los aspectos económicos, sociales y turísticos del sitio. Esta investigación es factible porque se cuenta con el apoyo de las vendedoras CEMUART, quedando abierta la posibilidad de que nuevos investigadores amplíen sus estudios relacionados con el tema.

Capítulo I: Problemática que aborda

Dentro del turismo sostenible se mantiene el patrimonio tangible donde se encuentra las artesanías, las cuales son elaboradas y comercializadas en diferentes partes de la Ciudad de Cuenca, las artesanías son el punto de atracción para los visitantes y una actividad económica para los artesanos. Cabe mencionar que el Centro Municipal Artesanal es un lugar conocido por la comercialización de sus artesanías en donde diariamente exhiben sus productos sin embargo existen ciertas falencias al momento de vender, las artesanas no se encuentran en constante capacitación, su vez existe una resistencia social en ellas, además son cabezas de hogar y todo su tiempo lo dedican a la venta de artesanías lo cual ocasiona que ellas no se proyecten nuevas formas de vender sus artesanías al turista entre ellos están: no han recibido constante capacitación de servicio al cliente, el dominio del idioma turístico, no existe un punto de información artesanal, escasa señalética e identificación en los espacios físicos, reutilización para envoltura y embalaje en materiales biodegradables, carencia en hospitalidad y atención al visitantes, desconocimiento o la falta de visión de los artesanos para mejorar la calidad, oferta y servicio al cliente.

Internacional:

La artesanía en México así como en muchos países en vías de desarrollo es un oficio manual que constituye para los artesanos un instrumento que les facilita la vida es un medio que les permite sobrevivir. El futuro de la artesanía en México está pasando por momentos difíciles. En muchas comunidades, las indígenas Mexicanas dedican largas jornadas de trabajo a la artesanía que solo les permite sobrevivir, no pueden darse el lujo de dejar el trabajo por un día, porque simplemente no comerían, el problema es grave. (Bejar Navarro, 1994, p.7).

CALIDAD DEL SERVICIO

- Experiencia positiva de servicio al cliente
- Agradable
- Capacitada y conocedora del producto

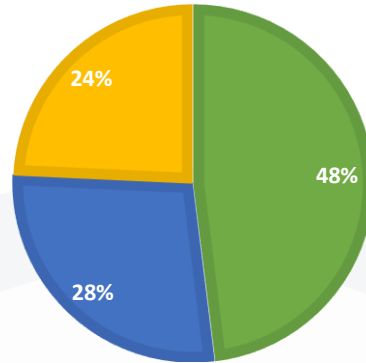


Figura 1 Calidad del Servicio

Nueve de cada diez consumidores mexicanos (93%) recuerdan una experiencia positiva de servicio al cliente, y de ellos, el 57% indica que el representante fue agradable y 50% considera que era una persona capacitada y conocedora del producto.

Nacional:

Los comerciantes otavaleños, llegaban a los sectores rurales del Carchi, incluso con carretillas a entregar lana a su vez recibir los tejidos. Con el paso del tiempo lograron hacer grandes fortunas, en base a la explotación a la mujer artesana estos tejidos han tenido un gran realce en Europa y Estados Unidos, hizo que las mujeres emprendan en estos trabajos, como una alternativa a los problemas de falta de trabajo que se obtuvo en los últimos años. Ahora se los ve llegar en vehículos del año a lucrar de las creativas manos de la mujer carchense, quien por entregar un producto más exigente de calidad, se ve obligada a recibir capacitaciones para iniciar en diseños y acabados más laboriosos. (LaHora, 2003, p.1)

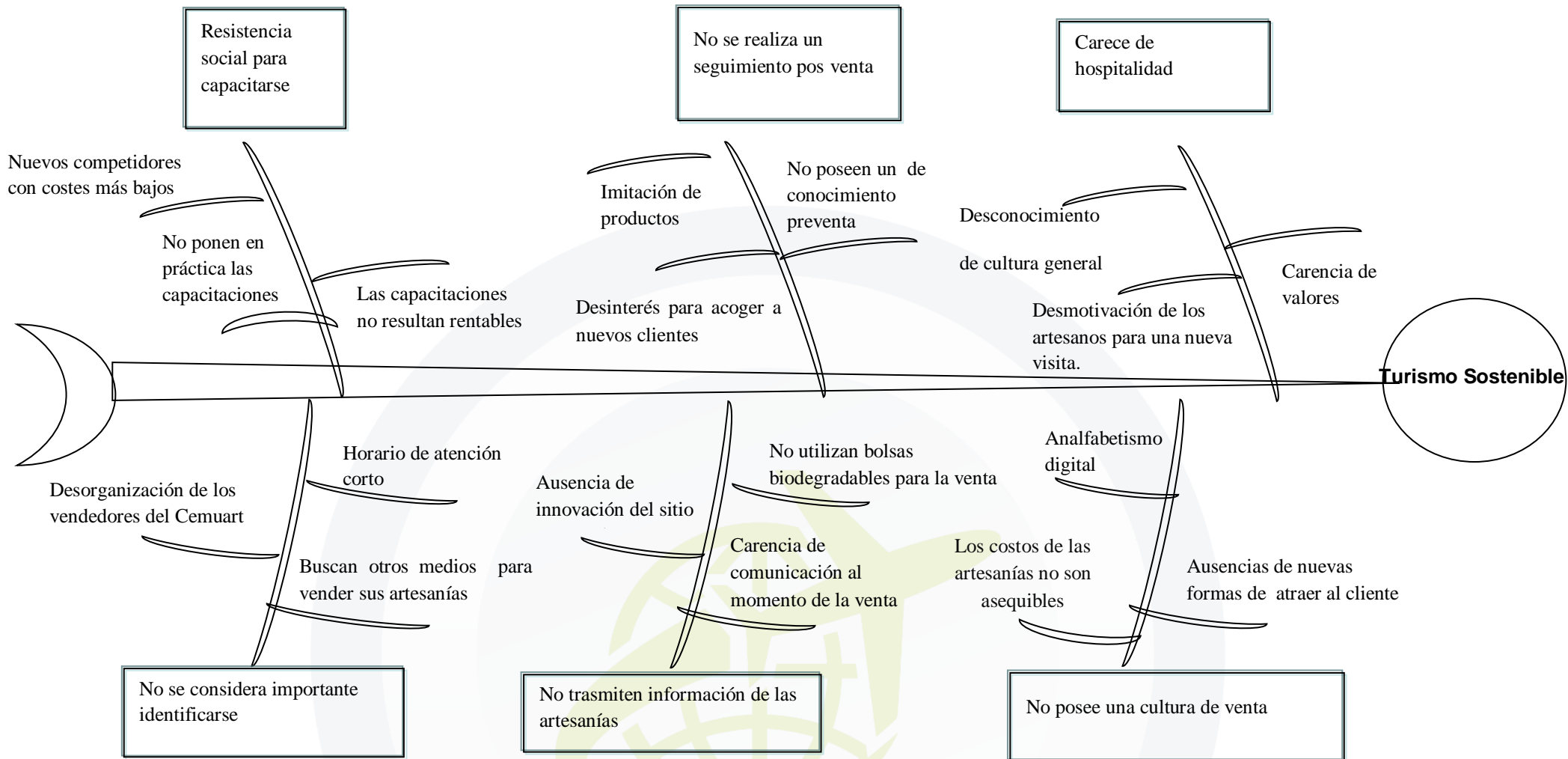


Figura 2 Problemática del Cemuart

Capítulo II: Marco Referencial.

- **Marco Teórico:**

Título: Calidad en el producto artesanal

Autores: Gutiérrez, Mario

Año de publicación: 1989

País: México

Resumen:

El futuro de las artesanías de Olinala, Guerrero, México, los artesanos quieren mejorar en la calidad en servicio, producción, elaboración, acabados, planeación, logísticos; para que sus artesanías puedan acceder en mercados internacionales, para esto los artesanos tienen que incorporar las nuevas tecnologías y la industria, sin embargo la mayoría de los artesanos se resiste al cambio de implementación de estos procesos, se ha pensado en México, que lograr un producto de buena calidad necesita de costos más altos, esto ha llevado a que normalmente se piense que para bajar los costos de un producto debe disminuir su calidad. (Gutiérrez, 1998, p.150).

Título: Situación actual de la actividad artesanal de la totora, su producción y difusión en el sector San Miguel de Yahuarcocha, Cantón Ibarra, provincia de Imbabura

Autores: Juma Jenny y Ormaza Luis

Año de publicación: 2009

País: Ecuador

Resumen:

En el sector San Miguel de Yahuarcocha, Cantón Ibarra, la falta de capacitación a los artesanos en la elaboración de artesanías en totora, esto ha dado como resultado que los artesanos dependan únicamente del cultivo de la totora y de la elaboración de un solo producto artesanal como son las esteras. Además existe un desinterés por parte de algunos artesanos en innovar sus artesanías, debido a que obtienen bajos ingresos económicos por la fabricación de esteras, siendo el único producto que ellos elaboran, ya que su comercialización lo realiza a través de intermediarios obteniendo baja remuneración. (Juma & Ormanza, 2009, p.8).

Título: Capacitación del sector de artesanías se centrara en diseño del producto.

Autores: Randall Cordero

Año de publicación: 2011

País: Costa Rica

Resumen:

En el país de Costa Rica iniciaron un programa de capacitación a artesanos brindando por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Instituto Tecnológico de Costa Rica, y Café Britt, con el objetivo de incrementar su calidad al cliente y productiva, varias artesanías importadas a precios bajos impide al vendedor competir por precios, es una situación difícil debido al sobreprecio los materiales, por esto existe la necesidad de elaborar la capacitación. (Cordero, 2011, p.1)

Título: “Diseño organizacional para la asociación de artesanos “prosperidad” de la comuna prosperidad del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

Autores: Ramos Tomalá Alexi Jair

Año de publicación: 2013

País: Ecuador

Resumen:

En la Península de Santa Elena, los artesanos determinaron que requieren capacitación porque es una de las características que comúnmente el cliente siempre analiza al momento de comprar, otros mencionaron que requieren capacitación en ventas y servicio al cliente para obtener mayores ingresos y captar al cliente constantemente, y en igual proporción consideran capacitarse en temas sobre contabilidad, liderazgo y desarrollo de proyectos para fortalecer sus conocimientos y adquirir nuevas competencias laborales. (Ramos, 2013, p.79).

Título: Artesanos reclaman capacitación

Autores: Bolívar Pérez

Año de publicación: 2019

País: Ecuador

Resumen:

La Federación Provincial de Artesanos Profesionales del Cañar, indicó que las autoridades sean descuidado de los artesanos, exigen capacitación permanente y herramientas”. Algunos compañeros se han retirado por la falta de apoyo. (Pérez, 2019, p.1)

Marco conceptual:

Artesanías: Conjunto de las artes realizadas total o parcialmente a mano que requiere destreza manual y artística para realizar objetos funcionales o decorativos. (EcuRed,

Capacitación: La capacitación es el conjunto de medios que se organizan de acuerdo a un plan, para lograr que un individuo adquiera destrezas, valores o conocimientos teóricos, que le permitan realizar ciertas tareas o desempeñarse en algún ámbito específico, con mayor eficacia. (DeConceptos.com, S.F, p1)

Turismo Sostenible: Modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar atractivos naturales (y cualquier manifestación cultural, del presente y del pasado) a través de un proceso que promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y cultural, y propicia una participación activa y socio-económicamente benéfica para las poblaciones locales. (Aceranza, 2006, p1)

Artesanos: es aquella persona que trabaja algún material con sus manos o con herramientas manuales, como puede ser un cincel, aunque a veces se vale de herramientas eléctricas para hacer detalles. (Melina,

Vendedores: aquella persona que tiene la tarea de ofrecer y comercializar un producto o servicio a cambio de dinero; para esto debe utilizar una serie de estrategias de persuasión, que les permita convencer a los compradores y así alcanzar el objetivo. (Definición, 2020)

Hospitalidad: es una virtud o cualidad que consiste en tratar bien, con amabilidad, al prójimo. El término, cuyo origen se halla en el latín hospitalitas, contempla la asistencia y la atención de todo aquel que necesita algo.

Calidad: La calidad del servicio prestado por una determinada empresa es asociada a su cualidad en relación a la percepción de satisfacción y la calidad de un producto en general se refiere a la cualidad y durabilidad del bien. (Significados, 2017)

Servicios turísticos: Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos. (OEA, 1980)

Demanda: cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados, como alimentos, medios transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas, es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes. (Raffino, 2019)

Cemuart: Centro Municipal Artesanal.

Turista: Se denomina turista a la persona que se desplaza hacia otras regiones o países distintos del propio con la finalidad de pasar allí momentos de ocio, conocer otras culturas, visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual, etc. (MX, 2014)

Reciclaje: es la acción y efecto de reciclar (aplicar un proceso sobre un material para que pueda volver a utilizarse). El reciclaje implica dar una nueva vida al material en cuestión, lo que ayuda a reducir el consumo de recursos y la degradación del planeta. (Porto Pérez & Gardey, 2013)

Oferta: La oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado. (Raffino, Concepto.de, 2019)

Consumidor: Consumidor posee una serie de necesidades que satisfacer, y lo hace gracias al intercambio de dinero por los bienes y servicios ofertados que desea, y que le brinda un productor o proveedor. (Raffino, Concepto.de, 2018)

Marketing turístico: El marketing turístico tiene una amplia cobertura, desde un pequeño lugar de hospedaje o atractivo turístico hasta el posicionamiento de un país como destino turístico. (Orange, Sf)

OMT: La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. (UNWTO, 1975)

Ética: La ética se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana. (Porto, 2008) <https://definicion.de/etica/>



Capítulo III: Metodología de Investigación

La investigación es de tipo cualitativo, determina los factores que influyen en la calidad de servicio de los vendedores del Centro Municipal Artesanal CEMUART, es usada para observar y determinar los temas como: imagen corporativa, idioma turístico, reciclar y reutilizar materiales biodegradables, determinara una de las metodologías planteadas será descriptiva y explicativa, establecerá las estrategias y elementos necesarios para mejorar la experiencia de las personas al momento de adquirir un servicio de calidad.

Método Inductivo: Es una forma de razonar partiendo de una serie de observaciones particulares que permiten la producción de leyes y conclusiones generales. Se basa en la observación de hechos y fenómenos.

Generaliza a partir de sus observaciones.

Sus conclusiones son probables.

Tiene el objetivo de generar nuevo conocimiento.

(Arrieta, 2017)

Método Cuantitativo: El método cuantitativo se caracteriza, ante todo, porque requiere variables numéricas para poder expresar el problema de la investigación. Es decir que los datos analizados deben ser siempre cuantificables, o sea, expresables en una cantidad.

Entre sus técnicas suelen emplearse encuestas, experimentos e incluso predicciones, una vez obtenido un primer resultado, ya que los datos cuantitativos suelen ser generalizables.

(Raffino, Concepto.de, 2019)

Método Cualitativo: El método de investigación cualitativa es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados. Analiza el conjunto del discurso entre los sujetos y la relación de significado para ellos, según contextos culturales, ideológicos y sociológicos. (Ibañez, 1992)

La Investigación-Acción Participativa (IAP): es un método de investigación y aprendizaje colectivo de la realidad, basado en un análisis crítico con la participación activa de los grupos y actores implicados, orientada a estimular la práctica transformadora y el cambio social. Concibe a los participantes de los procesos de investigación como agentes activos en la construcción, reconstrucción y deconstrucción colectiva del conocimiento



La recolección de datos de los artesanos se refiere a los productos artesanales que ofrecen en el centro artesanal Cemuart para identificar las técnicas y herramientas, en donde la institución nos brindó la información de cada uno de los locales. Para levantar información mediante las siguientes 20 fichas.



Instrumentos de la investigación

Nombre del Artesano:		Tecnica de artesanía:	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden:	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			
Señalización turística:			
Distribución de los locales			
Procesos:			
Idioma			
Presentación del producto			
Cortesía			
Proceso de comercialización	Rangos de precios:		Regulados No regulados

Cuadro 1 Ficha de diagnóstico para los artesanos

ENCUESTA DE CALIDAD DE SERVICIO

Estimado cliente, a continuación, queremos medir la satisfacción del servicio que presta el Centro Municipal Artesanal (Cemuart), por lo cual se requiere de su colaboración, respondiendo las siguientes preguntas, evaluando el servicio de calidad que ofrece las artesanas. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y serán utilizadas únicamente para la valorización del mismo. Esta encuesta dura aproximadamente cinco minutos.

1. ¿Los artesanos tienen un aspecto pulcro en el local de ventas?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca

2. ¿El Centro Artesanal ofrece señalización turística adecuada?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca

3. ¿Los artesanos fueron educados en todo momento que estuvo en el local?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca

4. ¿Cree usted que los artesanos deberían tener conocimiento en inglés básico?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca



5. ¿Cuánto tiempo lleva comprando los productos/servicios en el Cemuart?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca

6. ¿Es fundamental que los artesanos realicen capacitaciones continuas de satisfacción al cliente?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca

7. ¿Considera usted que los artesanos deben brindar información del proceso y la elaboración de sus artesanías?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca

8. ¿Considera usted que los precios son asequibles para el visitante?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca

9. ¿Se deberían extender los horarios en días de feriado en el Cemuart?

Siempre

Casi siempre

Rara vez

Nunca



10. ¿El Cemuart está en una ubicación estratégica para la visita de turistas?

- Siempre
- Casi siempre
- Rara vez
- Nunca

Gracias por su colaboración.






CAPITULO IV: RESULTADOS

Realizar un levantamiento de información de las carencias que poseen los artesanos.



Nombre del Artesano: Luis Arturo Matute Arsentales		Tecnica de artesanía: Madera/Ceramica	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía: Madera liviana, pintura en frio, repujado en cobre y flores de papel.			
		Ilustración 1	
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: x	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			x
Señalización turística:		x	
Distribución de los locales		x	
Procesos:			
		Si	No
Idioma			x
Presentación del producto		x	
Cortesía		x	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
		x	

Nombre del Artesano: Mariana del Carmen Cuji Gomez		Tecnica de artesanía: Bordados	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Trajes típicos religiosos bordados, ropa bordada, imágenes religiosas, cunas y sillas para las imágenes			
		Ilustración 2	
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	No
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
		X	

Nombre del Artesano: Guido Cristobal Malla Marquez		Tecnica de artesanía: Pintura	
Descripcion de la artesanía:		Foto:	
Pintura y escultura artistica			
		Ilustración 3	
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden:	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			x
Señalización turística:		x	
Distribución de los locales		x	
Procesos:			
		si	No
Idioma			x
Presentación del producto			x
Cortesía		x	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
			x

Nombre del Artesano: Diana Alexandra Jimbo Pinos		Tecnica de artesanía: Fachadas	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Fachadas en maderas, ceramica, pintura en cristaleria y muñecas tradicionales			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
			X

Nombre del Artesano: Fatima Violeta Hoyos Tapia		Tecnica de artesanía: Muñecas	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Kits para baños, muñequeria tarjeteria en reciclados, repujados, tejidos y bordados.			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
		Temperatura:	
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:		X	
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía			X
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
			X

Nombre del Artesano: Ana Maria Castro Once		Tecnica de artesanía: Bordados	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Bordados y tejidos			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto			X
Cortesía			X
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados

Nombre del artesano: Mario Edmundo Cedillo Farfan		Tecnica de artesanía: Paja toquilla	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Bisutería y Paja toquilla			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
		X	

Nombre del Artesano: Zoila Sabina Morocho Baculima		Tecnica de artesanía: Cestería	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Cestería, flores procesadas, artículos en paja toquilla, madera y carrizo			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
		X	

Nombre del Artesano: Ana Maria Guailas Japon		Tecnica de artesanía: Bisutería		
		Foto:		
Descripción de la artesanía:				
Tejidos y collares de Saraguro				
Fichas de diagnóstico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)				
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova				
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca		
Características físicas del establecimiento:				
Temperatura:				
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:	
Accesibilidad:				
		SI	NO	
Rampas de acceso:			X	
Señalización turística:		X		
Distribución de los locales		X		
Procesos:				
			SI	NO
		Idioma		X
		Presentación del producto		X
		Cortesía		X
Proceso de comercialización				
Rangos de precios:		Regulados	X	No regulados

Nombre del Artesano: Veronica Oliva Juwa Antich		Tecnica de artesanía: Bisuteria	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Aretes y collares tipicas del Oriente Ecuatoriano			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Temperatura:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:			X
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados X	No regulados

Nombre del Artesano: Mariana de Lourdes Peralta Melgarejo		Tecnica de artesanía: Bordados	
Descripcion de la artesanía:		Foto:	
Ropa bordada a mano			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
		Temperatura:	
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:		X	
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto			X
Cortesía			X
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
		X	

Nombre del Artesano: Luis Alberto Gonzales Ortiz		Tecnica de artesanía: Instrumentos musicales	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Instrumentos musicales andinos.			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	



Nombre del Artesano: Cando Cotacachi Julian		Tecnica de artesanía: Artesanías de Otavalo	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Tejido de Otavalo			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto			X
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados X	No regulados

Nombre del Artesano: Shirley Lucero		Tecnica de artesanía: Ceramica	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Platones, cuadros decorativos, artesanías en madera y textiles.			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:		X	
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
		X	

Nombre del Artesano: Raul Patricio Maldonado Astudillo		Tecnica de artesanía: Pintura	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Madera y pintura			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:			X
Distribución de los locales		X	
Procesos:			SI NO
		Idioma	X
		Presentación del producto	X
		Cortesía	X
Proceso de comercialización		Rangos de precios:	Regulados No regulados
			X

Nombre del Artesano: Marco Antonio Delgado Machado		Tecnica de artesanía: Forja y cobre	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Metalisteria,forja y cesteria en cobre.			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:		SI	NO
			X
		Presentación del producto X	
			X
Proceso de comercialización		Rangos de precios:	Regulados No regulados
			X

Nombre del Artesano: Edwin Mauricio Pillco Farez		Tecnica de artesanía: Derivados del cacao	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Productos artisticos varios del cacao.			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:			X
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			
Rangos de precios:		Regulados	No regulados
		X	

Nombre del Artesano: Fabian Javier Jara Mendieta		Tecnica de artesanía: Tagua	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Exhibicion y venta de artesanias en Tagua.			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden: X	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:			X
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
Procesos:			
		SI	NO
Idioma			X
Presentación del producto		X	
Cortesía		X	
Proceso de comercialización			



Nombre del Artesano: Martha Leonor Tuquiñagui Tacuri		Tecnica de artesanía: Paja Toquilla	
		Foto:	
Descripcion de la artesanía:			
Sombreros de paja toquilla			
Fichas de diagnostico de calidad en el Centro Municipal Artesanal (Cemuart)			
Ubicación: General Torres y, Pdte Córdova			
Provincia: Azuay		Localidad: Cuenca	
Características físicas del establecimiento:			
Vialidad:	Primer orden:	Segundo orden:	Tercer orden:
Accesibilidad:			
		SI	NO
Rampas de acceso:		X	
Señalización turística:		X	
Distribución de los locales		X	
		SI	NO
Procesos:		Idioma	X
		Presentación del producto	X
		Cortesía	X
Proceso de comercialización		Rangos de precios:	Regulados No regulados
			X

Se utilizará los siguientes instrumentos: La encuesta con 20 preguntas a los visitantes que acuden al Centro Municipal Artesanal Cemuart.

Recolección de la información

Con la finalidad de dar respuestas concretas a los objetivos planteados en la investigación se diseñó un instrumento con la finalidad de receptar información sobre la calidad de servicio que brinda los artesanos a los clientes del Centro Artesanal. Y la aplicabilidad de un taller de capacitación para elevar la excelencia en la calidad de servicio, por lo que se utilizó la técnica de la encuesta, se diseñó un cuestionario, el mismo que consta con preguntas de opción múltiple. La encuesta servirá para determinar la aplicación de taller de capacitación para mejorar el servicio que ofrece los artesanos del Cemuart.

Procesamiento y análisis

Se procesará la información inmediatamente en la plataforma de Google Forms. Luego se analizará los resultados y se emitirá los criterios sobre la encuesta.

La presente encuesta se realizó en el centro Municipal Artesanal CEMUART, un total de la población de 30 visitantes del Cemuart estuvieron siempre dispuestos a responder la encuesta. Se diseñó el cuestionario para tomar en cuenta la opinión del cliente donde se aplicaron un total de 10 preguntas de opción múltiple. Para el procesamiento de las encuestas y la elaboración de los gráficos se empleó el Google Form.

Interpretación de Encuestas a los visitantes del Centro Municipal Artesanal

Título de la pregunta: 1.

¿Los artesanos tienen un aspecto pulcro en el local de ventas?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N	%
Siempre	10	33,3%
Casi siempre	16	53,3%
Rara vez	3	10%
Nunca	1	3,3%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 2 Pregunta 1

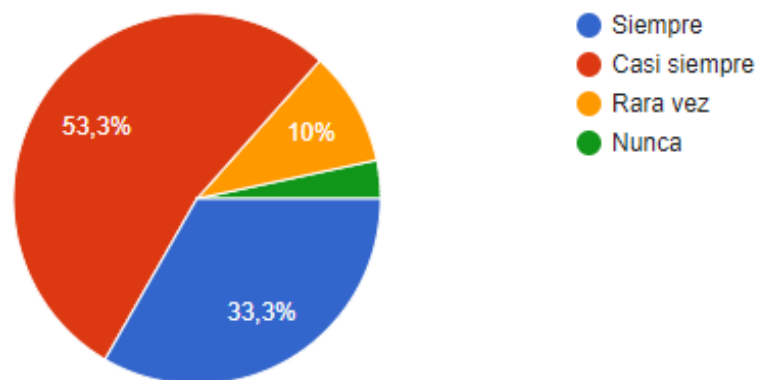


Figura 3 Pregunta 1

Título de la pregunta: 2.

¿El Centro Artesanal ofrece señalización turística adecuada?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	6	20%
Casi siempre	17	56,7%
Rara vez	4	13,3%
Nunca	3	10%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 3 Pregunta 2

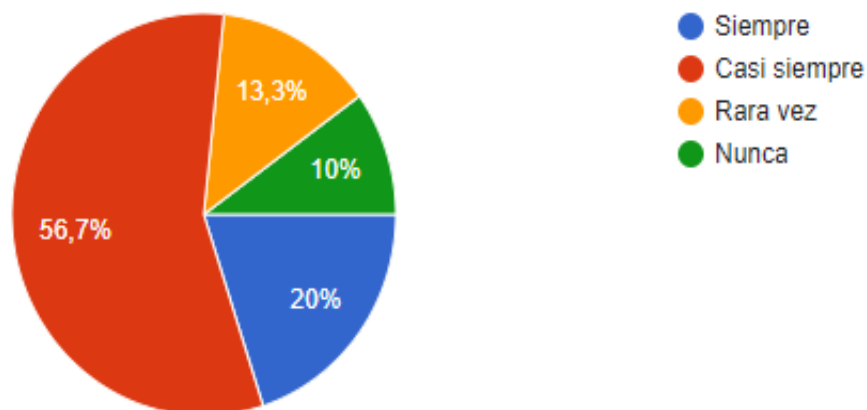


Figura 4 Pregunta 2

Título de la pregunta: 3.

¿Los artesanos fueron educados en todo momento que estuvo en el local?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	12	40%
Casi siempre	14	46,7%
Rara vez	2	6,65%
Nunca	2	6,65%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 4 Pregunta 3

3. ¿Los artesanos fueron educados en todo momento que estuvo en el local?

30 respuestas

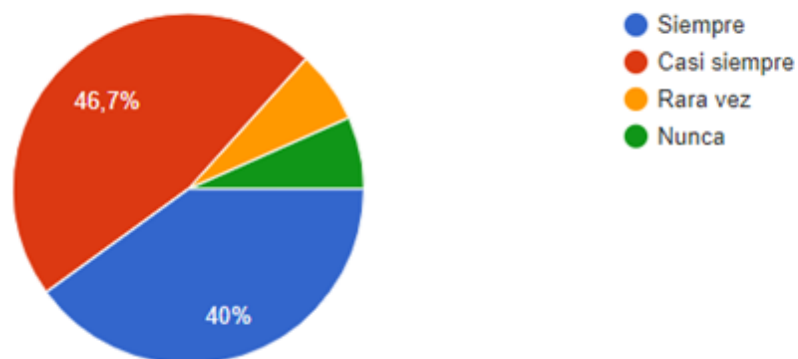


Figura 5 Pregunta 3

Título de la pregunta: 4.

¿Cree usted que los artesanos deberían tener conocimiento en inglés básico?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	22	73,3%
Casi siempre	3	10%
Rara vez	3	10%
Nunca	2	6,7%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 5 Pregunta 4

4. ¿Cree usted que los artesanos deberían tener conocimiento en inglés básico?

30 respuestas

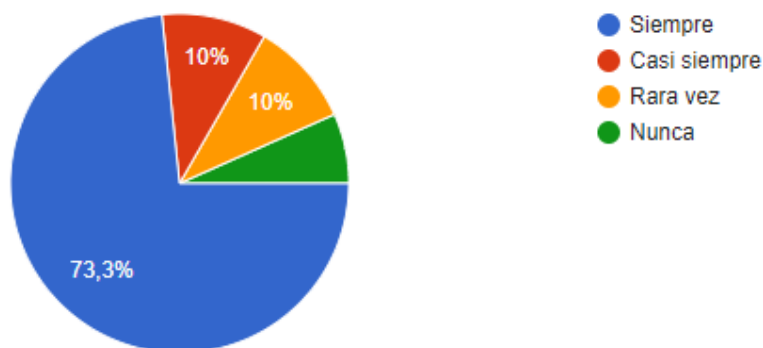


Figura 6 Pregunta 4

Título de la pregunta: 5.

¿Cuánto tiempo lleva comprando los productos/servicios en el Cemuart?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	2	6,7%
Casi siempre	9	30%
Rara vez	15	50%
Nunca	4	13,3%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 6 Pregunta 5

5. ¿Cuánto tiempo lleva comprando los productos/servicios en el Cemuart?

30 respuestas

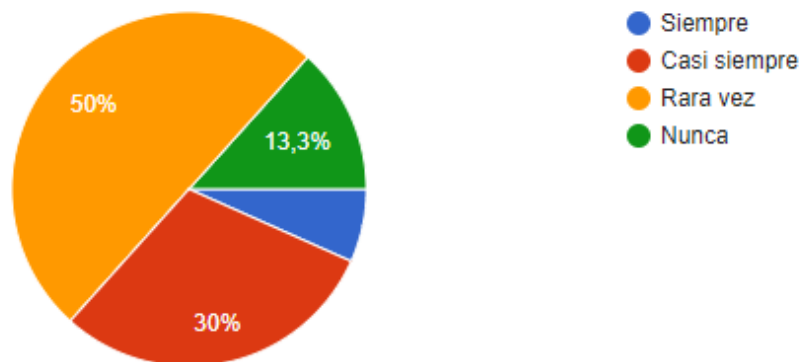


Figura 7 Pregunta 5

Título de la pregunta: 6.

¿Es fundamental que los artesanos realicen capacitaciones continuas de satisfacción al cliente?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	22	73%
Casi siempre	6	20%
Rara vez	0	0%
Nunca	2	7%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 7 Pregunta 6

6. ¿Es fundamental que los artesanos realicen capacitaciones continuas de satisfacción al cliente?

30 respuestas

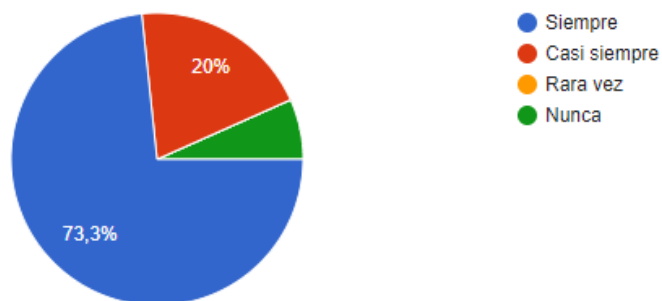


Figura 8 Pregunta 6

Título de la pregunta: 7.

¿Considera usted que los artesanos deben brindar información del proceso y la elaboración de sus artesanías?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	20	66,7%
Casi siempre	7	23,3%
Rara vez	1	3%
Nunca	2	7%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 8 Pregunta 7

7. ¿Considera usted que los artesanos deben brindar información del proceso y la elaboración de sus artesanías?

30 respuestas

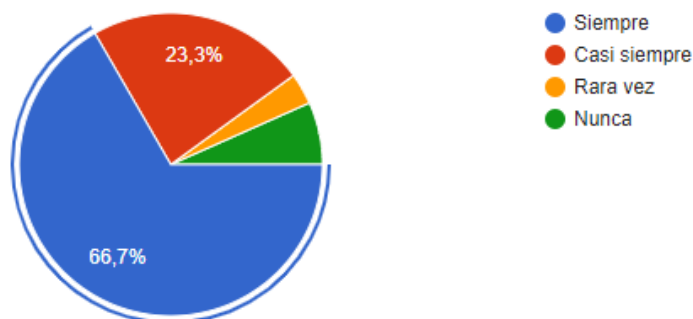


Figura 9 Pregunta 7

Título de la pregunta: 8.

¿Considera usted que los precios son asequibles para el visitante?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	11	36,7%
Casi siempre	14	46,7%
Rara vez	3	10%
Nunca	2	6,6%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 9 Pregunta 8

8. ¿Considera usted que los precios son asequibles para el visitante?

30 respuestas

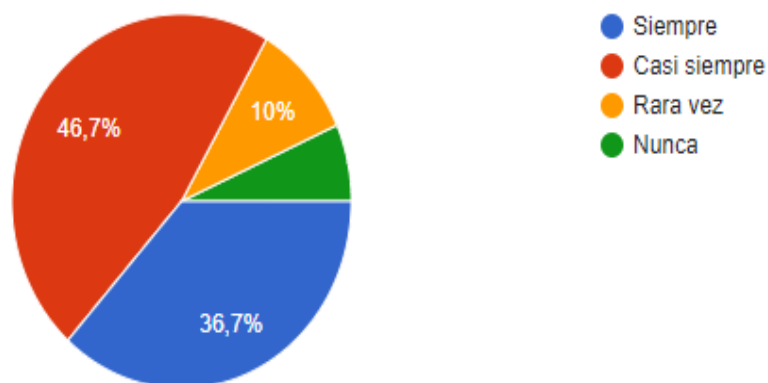


Figura 10 Pregunta 8

Título de la pregunta: 9.

¿Se deberían extender los horarios en días de feriado en el Cemuart?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	16	53,3%
Casi siempre	10	33,3%
Rara vez	1	3,4%
Nunca	3	10%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 10 Pregunta 9

9. ¿Se deberían extender los horarios en días de feriado en el Cemuart?

30 respuestas

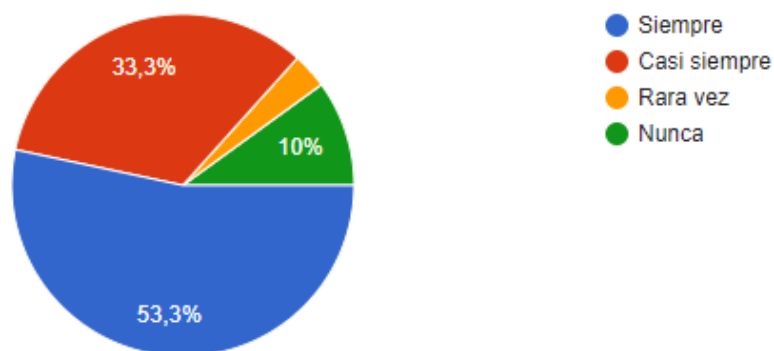


Figura 11 Pregunta 9

Título de la pregunta: 10.

¿El Cemuart está en una ubicación estratégica para la visita de turistas?

Número de respuestas: 30 respuestas.

Detalle	N#	%
Siempre	18	60%
Casi siempre	9	30%
Rara vez	1	3%
Nunca	2	7%
TOTAL:	30	100%

Cuadro 11 Pregunta 10

10. ¿El Cemuart está en una ubicación estratégica para la visita de turistas?

30 respuestas

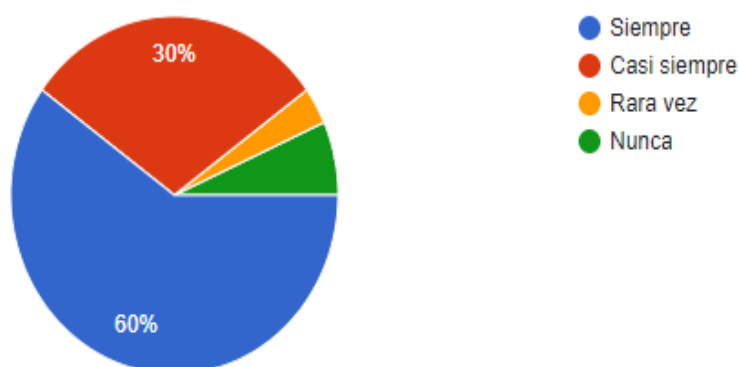


Figura 12 Pregunta 10

Interpretación:

Más del 73,3% de los informantes consideran que los artesanos del Cemuart requieren ser capacitado en diferentes temas para ofrecer una mejor atención. Podemos observar las preguntas 4 y pregunta 6 como referencia que el total 73,3% lo consideran que hay falencia en servicio brindado de ahí la importancia de la propuesta de capacitación que ayudara a mejorar el servicio de calidad.





Establecer los temas para el desarrollo de la capacitación, mediante material didáctico turístico:

NIVEL DE IMPACTO					OBSERVACION
ÁREAS					
Hospitalidad				X	La hospitalidad es importante para el artesano, se centra en cómo se recibe al cliente en todo aspecto de saludo, sonrisa, servicio, confianza, entrega, empatía, de esa manera el cliente tenga un mejor servicio o experiencia al momento de ingresar al Cemuart.
Marketing turístico			X		Es necesario para los artesanos saber cómo satisfacer las necesidades y deseos de un cliente objetivo y vender los productos de una forma eficaz.
Calidad y Atención al cliente				X	La calidad y atención al cliente es primordial, si el artesano da un buen servicio al cliente este posiblemente regresara, y los recomendará con otros consumidores, los clientes ya no buscan un buen precio y calidad sino también una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.
Ingles turístico			X		La necesidad de dominar el inglés en un centro de artesanías es indispensable, porque muchos turistas extranjeros acuden al Cemuart, entre esta necesidad el artesano debería saber cómo saludar, precios, información de la elaboración de su producto, y el visitante extranjero se sentirá como en su lugar de origen y satisfecho por el servicio.



Publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas			X		La publicidad es otra forma de venta para el artesano, ellos pueden obtener más clientes, es una forma de comunicación sobre nuevas existencias de productos o los precios bajos que promocionan lo que se quiere lograr es estar en la nueva ola de la tecnología publicitando desde una página web todos los productos.
Turismo sostenible				X	El turismo sostenible busca aplacar un impacto sobre el Medio Ambiente garantizando la protección y conservación de los ecosistemas locales; es una forma de impulsar un turismo responsable que los artesanos de sus bolsas de papel periódicos o cartones con material biodegradable.
Contabilidad		X			La contabilidad permite tener un conocimiento absoluto del emprendimiento lo cual permite tomar decisiones. Para muchas personas la contabilidad no es más visto como una obligación legal, ignorando lo importante y lo útil que puede llegar a ser. Para ello los artesanos deben considerar que la contabilidad permite conocer la realidad económica y financiera del emprendimiento, su evolución, tendencias y lo que espera de ella.
Patrimonio cultural Material				X	Los artesanos deben ser partícipes en proyectos que aporten con su arte. Indudablemente esas comunidades tienen derecho al cambio y al progreso, tal como lo hemos tenido nosotros, Nuestro empeño no va con la estabilidad – imposible, sino con un cambio que no altere y desarticule sustancialmente el sistema socio-ecológico del que forman parte. Pero éste, indudablemente, cambiará. La cuestión es cuánto”.



					Desde este contexto los artesanos deben ser tomados en cuenta por las autoridades en curso, brindar espacios o plazas que contribuyan a las manos hábiles.
Ética Profesional				X	Es el conjunto de valores y buenas costumbres este contexto es fundamental la responsabilidad que tiene los intermediadores del turismo en atender y cuidar al visitante. De ahí que la ética y moral tenga una esencial importancia, para desarrollar una cultura turística entre artesano y visitante. De este modo, la mejor promoción turística es el servicio y la huella que deja este, de esta manera se transforma en una promoción directa del visitante.
Comunicación Corporativa				X	Es una herramienta que permite realizar un análisis previo del mercado para conocer qué es lo que demandan los consumidores y satisfagan sus necesidades. Mediante estos instrumentos los artesanos innoven sus técnicas y nuevos productos.
Lenguaje de señas			X		El lenguaje de señas es otro aspecto importante ya que hay personas con discapacidad auditiva, aun este lenguaje no se practica de manera constante en los artesanos hay turistas con esta dificultad que no asisten por miedo a que no les entiendan, sin embargo esto no debería ser una factor limitante para que los artesanos no conozcan este nuevo lenguaje.



<p>Emprendimiento social turístico</p>				<p>Se propone dar respuesta a necesidades sociales, promueve y sostiene valores, sus conocimientos, capacidades y recursos los ponen al servicio de la sociedad</p> <p>En donde el artesano tenga un beneficio en la distribución de los productos artesanos relacionado a la generación de empleo, conservación de sus recursos naturales y culturales y la importancia de diversificar las artesanías para el beneficio del Cemuart. Las políticas deben ser más establecidas para un correcto organización de artesanos</p>
<p>Liderazgo</p>				<p>En el Cemuart el liderazgo debe ser muy importante, ya que son un grupo y siempre debe haber un líder que sepa tomar decisiones buenas para el centro de artesanías en diferentes aspectos como ventas, infraestructura.</p>
<p>Costos y finanzas</p>				<p>Los artesanos debería tener un conocimiento del costo que ponen a la artesanía, y valorar su mano de obra, y hacer un balance sobre las ventas bajas y altas que han tenido</p>

Cuadro 12 Establecer los temas para el desarrollo de la capacitación

Proponer la capacitación para atención al cliente a los vendedores de artesanías, Centro Municipal Artesanal Cemuart.

	Temas a desarrollar
<p>Módulo 1:</p> <p>Calidad y Atención al Cliente</p> <p>Objetivo: Instruir a los artesanos del Cemuart, el alcance que tiene el servicio de calidad en el visitante</p>	<p>1.1 Principios de calidad y servicio al cliente</p> <p>1.2 Tipos de clientes</p> <p>1.3 Expectativas del cliente en cuanto a la atención</p> <p>1.4 Reglas para una excelente atención al cliente</p>
<p>Módulo 2</p> <p>Marketing Turístico:</p> <p>Objetivo: Comprender la importancia de la imagen del Cemuart, y el impacto que tiene ante los turistas</p>	<p>2.1 Introducción de Marketing Turístico</p> <p>2.2 Identidad Corporativo</p> <p>2.3 Estrategias de promoción</p> <p>2.4 Estrategias de producto</p> <p>2.5 Estrategia de precio</p>
<p>Módulo 3</p> <p>Inglés Turístico</p> <p>Objetivo: Aprender un vocabulario practico de inglés turístico.</p>	<p>3.1 Importancia de inglés turístico</p> <p>3.2 Beneficios de aprender inglés turístico</p> <p>3.3 Manual de expresiones en vocabulario inglés turístico</p>
<p>Módulo 4</p> <p>Turismo Sostenible:</p> <p>Objetivo: Concientizar el impacto que tiene el uso de bolsas plásticas en el medio.</p>	<p>4.1 Componentes y principios del turismo sostenible</p> <p>4.2 Beneficios del Turismo Sostenible</p> <p>4.3 Principios de las 4R en el turismo</p>

Cuadro 13 Temas a desarrollar

Ponentes para la capacitación



Mishel Vizcaíno

Máster en mercadotecnia con mención en turismo y hospitalidad

Especialista de Mercados

Ministerio de Turismo

- Coordinación de acciones para la promoción a nivel nacional

- Desarrollo y participación de ferias nacionales.

- Implementación de estrategias, planes, programas, proyectos y demás acciones

- Desarrollo de información para el equipo de trabajo

- Implementación de reformas y estrategias para la gestión de la Dirección

Educación

Universidad internacional sek

Maestría en mercadotecnia con mención en turismo y hospitalidad marketing
2015 – 2017



Miguel Eduardo

Fomento Turístico en Ministerio de Turismo de Ecuador

Agencia de Promoción Económica
CONQUITO-Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UNCTAD
TALLER EMPRETEC
Emprendimientos
2018 – 2018

AECI
Especialista en Innovación en la Administración Pública
Innovación Pública
2015 – 2015

Universidad Estatal de Cuenca
Economista Economía
1990 – 1994

Experiencia

Fomento Turístico

Ministerio de Turismo de Ecuador

Mayo. de 2014 – Actualidad 5 años 9 meses

Asesoramiento inversionistas

Asesoramiento inversionistas

Fomento e Inversión Turística

Ministerio de Turismo

abr. de 2013 – Actualidad 6 años 10 meses

Cuenca, Ecuador



Alexandra Ruiz Martínez
 Marketing Hospitalidad y Turismo

Educación

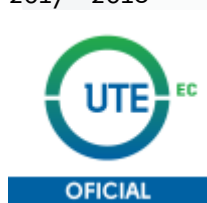
Universidad Internacional SEK

MEM, Master en Mercadotecnia con mención a Hospitalidad y Turismo Marketing/Gestión de marketing, general
 2015 – 2017



Universidad Rey Juan Carlos

Maestría en Alta Dirección
 2017 – 2018



Universidad Equinoccial

Ingeniería Administración/Gestión hotelera
 1998 – 2004

Tecnológica

Experiencia

Ventas

Servicio post venta
 Tour and travel
 Termas de Papallacta
 2016 – 2018 años
 Manejo de mercado tour and Travel.

Reservas
 Confirmaciones
 Grupos corporativos
Ejecutiva Comercial

Despegar.com
 feb. de 2014 – mar. de 2016 2 años 2 meses
 Ecuador

Inteligencia comercial y estrategias de ventas
 Marketing
 Reportes semanales y mensuales de producción
 Contratación de nuevos establecimientos hoteleros
 Capacitación a clientes sobre el uso de la extranet y ayuda en la solución inconvenientes con el sistema.

Negociación de tarifas y promociones, Márgenes de utilidad.
 Hot Deals.

Inteligencia comercial y estrategias de ventas
 Marketing
 Reportes semanales y mensuales de producción
 Contratación de nuevos establecimientos hoteleros

Capacitación a clientes sobre el uso de la extranet y ayuda en la solución inconvenientes con el sistema.

Negociación de tarifas y promociones, Márgenes de utilidad.
 Hot Deals.



Mauricio Lilliegren
Gerente General en CONGESTUR S.A. - Operadora de Turismo y Congresos.

Educación

Universidad de Sevilla. Centro de Estudios EUSA
Maestría Organización Profesional de Congresos y Eventos
2002 – 2004
Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Tecnólogo Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas
1991 – 1995

Idiomas

Inglés

Alemán

Grupos

Hotel Industry Professionals Worldwide

Travel & Tourism Industry Professionals Worldwide

Organizadores de Eventos de Latinoamérica - Organizadores de Eventos

Cuadro 14 Ponentes



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TEMAS	Marzo				Seguimiento	Mayo				Seguimiento	Julio				Seguimiento	Septiembre			
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4					
Calidad y atención al cliente			X	X															
Marketing Turístico								X	X										
Inglés turístico													X	X					
Turismo Sostenible																		X	X

Cuadro 15 Cronograma de Actividades



Módulo 1:	Calidad y Atención al Cliente
Fecha de Capacitación:	Marzo/2020
Días:	Lunes, Martes, Miércoles
Lugar:	Salas del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Participantes:	Artisanos/as del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Ponente:	Mishel Vizcaíno/ Artesano Ganador Medalla Cidap
Duración:	9 horas
Frecuencia:	3 horas diarias
Horas de asistencia:	18h:00 – 21h:00



Módulo 2:	Marketing Turístico
Fecha de Capacitación:	Mayo /2020
Días:	Lunes, Martes, Miércoles
Lugar:	Salas del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Participantes:	Artesanos/as del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Ponente:	Alexandra Ruiz Martinez
Duración:	9 horas
Frecuencia:	3 horas diarias
Horas de asistencia:	18h:00 – 21h:00



Módulo 3:	Ingles Turístico
Fecha de Capacitación:	Julio 2020
Días:	Lunes, Martes, Miércoles
Lugar:	Salas del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Participantes:	Artesanos/as del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Ponente:	Mauricio Lilliegren
Duración:	9 horas
Frecuencia:	3 horas diarias
Horas de asistencia:	18h:00 – 21h:00



Módulo 4:	Turismo Sostenible
Fecha de Capacitación:	Septiembre/ 2020
Días:	Lunes, Martes, Miércoles
Lugar:	Salas del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Participantes:	Artesanos/as del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Ponente:	Miguel Eduardo
Duración:	9 horas
Frecuencia:	3 horas diarias
Horas de asistencia:	18h:00 – 21h:00

a) Recursos humanos.

# personas	Descripción	Horas	Costo Unitario	Total
2	Instructores estudiantes	40	600	1200
5	Ponentes	40	500	2500
40	Refrigerios	40	2,00	80,00
			Sub total	3780

b) Materiales o suministros

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cuadernos	40	1.00	40,00
Bolígrafos	40	0,50	20,00
Marcadores de pizarra	5	1.00	5.00
Imprevistos			
subtotal			65,00

Total de la Propuesta de capacitación: 3.835

Capítulo V: Propuesta de Investigación

Módulo 1

Calidad y atención al cliente

Objetivo: Instruir a los artesanos del Cemuart, el alcance que tiene el servicio de calidad en el visitante.

1.1 Principios de Calidad y atención al cliente

La calidad de la atención al cliente es un proceso dirigido a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades del cliente. Esto permite fidelizar a los clientes que conocen nuestros productos, traer un mayor número de clientes a partir de la experiencia compartida persona a persona y diferenciar la empresa de sus competidores más cercanos. El concepto de calidad posee en la actualidad gran importancia ya que de la elaboración de productos y servicios de calidad depende la supervivencia de muchas organizaciones. Quizá la definición más sencilla de la calidad es la utilizada por Edwards Deming, un pionero en esta área, que señaló: “el proveer buena calidad significa hacer lo correcto de la manera correcta”.

Existen diversos principios que se deben seguir al llevar a cabo el servicio al cliente, estos pueden facilitar la visión que se tiene acerca del aspecto más importante del servicio, el cliente.

1. Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.
2. Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal y con los clientes y proveedores.
3. Sistemas, no sonrisas. Decir “por favor”, "corazón" y “gracias” no le garantiza que el trabajo resulte bien a la primera. En cambio los sistemas sí le garantizan eso.
4. Anticipar y satisfacer consistentemente las necesidades de los clientes.
5. Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir, autoridad para atender sus quejas.
6. Preguntar a los clientes lo que quieren y dárselo una y otra vez, para hacerlos volver.
7. Los clientes siempre esperan el cumplimiento de su palabra.
Prometer menos, dar más.
8. Mostrar respeto por las personas y ser atentos con ellas.

9. Alentar a los clientes a que digan todo aquello que no les guste, así como manifiesten lo que sí les agrada.

1.2 Tipos de clientes:

El cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. El cliente es definido como la razón de existir de nuestro negocio, entonces se entiende que es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. De acuerdo con el grado de satisfacción que manifiestan los clientes por el servicio recibido, se plantean diferentes niveles de intensidad en las relaciones entre el cliente y la organización. De esta forma se entenderá que haya: compradores, clientes frecuentes y clientes fidelizados.

<p>Los compradores</p>	<p>Constituyen la relación más débil. Un comprador acostumbra a adquirir uno o dos de los servicios, pero aún no tiene el hábito de utilizarlos de forma regular: no recurren a la organización en busca de servicios adicionales ni sienten que exista una relación especial con los proveedores o la organización en sí misma.</p>
<p>Los clientes frecuentes</p>	<p>Constituyen el tipo normal de relación. Los clientes utilizan el servicio ofrecido y se sienten cómodos al regresar por ayuda. Los clientes ya han formado el hábito de utilizar dichos servicios. En caso de que la organización incurra en un error, éstos se mostrarán dispuestos a darles otra oportunidad si el mismo es resuelto de forma correcta.</p>

Cuadro 16 Tipos de clientes

1.3 Expectativas del cliente en cuanto a la atención

Expectativas del Cliente en cuanto a la atención	Atención inmediata
	Atención completa y exclusiva
	Trato cortés
	Expresión de interés por el cliente
	Pronta respuesta
	Eficacia al prestar un servicio
	Explicación de conocimientos
	Expresión de placer al servir al cliente
	Expresión de agradecimiento

Cuadro 17 Expectativas del Cliente en cuanto a la atención

1.4 Reglas para una excelente atención al cliente

6 reglas para una excelente atención al cliente
No haga esperar al cliente, saludelo de inmediato;
Dar atención total, sin distracciones o interrupciones;
Sea natural, no falso o robotizado
Demuestre energía y cordialidad (entusiasmo)

Cuadro 18 Reglas para una excelente atención al cliente

Módulo 2

Marketing Turístico

Objetivo: Comprender la importancia de identidad corporativa, y el impacto que tiene ante los turistas.

2.1 Introducción de marketing turístico

Es el proceso a través los servidores turísticos seleccionan su público y se comunican con él para averiguar e influir sus necesidades, deseo y motivaciones a nivel local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de adaptar sus productos turísticos.

2.2 Estrategias de promoción:

Trípticos	Es un folleto informativo cuya hoja está dividida en tres partes, de las cuales sus laterales se doblan sobre la del centro.
Volantes	Es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles, y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo.
Vallas publicitarias	Es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios publicitarios.
Señalética Turística	Señalización turística, se realiza con sistemas diseñados a medida, ya que se debe integrar en el ambiente en el que va instalada, utilizando muchas veces materiales naturales como la madera. Estos sistemas permiten integrar las últimas tecnologías, como por ejemplo un soporte web o en formato app para ampliar la información o incluso ver negocios locales.

Cuadro 19 Estrategias de promoción

2.3 Estrategia de Promoción

Isotipo	Logotipo	Eslogan	Cromática
<p>Es un estilo gráfico con el que se expresa lo que se quiere transmitir a los demás. El isotipo ha sido diseñado considerando la importancia del atractivo, ya que esta misma hace referencia al valor cultural</p>	<p>Es un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.</p>	<p>Es una palabra o frase corta fácil de recordar, un lema original e impactante, que a menudo se utiliza en la publicidad y la propaganda como frase identificativa.</p>	<p>Los colores son los elementos con los que las personas se crean una perspectiva, por lo tanto el logo debe ser atractivo y fácil de recordar.</p>

Cuadro 20 Estrategia de

2.4 Estrategia de Precio

El precio de venta de un producto o servicio puede suponer el éxito o fracaso de una compañía, por lo que las empresas deben estudiar con detalle los tipos de estrategias que deben aplicar para captar y fidelizar a los clientes.

Estrategia competitiva

En este caso, el valor asignado al bien o servicio se realiza en función de los precios de la competencia, con diferentes posibilidades:

- **Precio medio.** Se trata de ofrecer el producto o servicio a un precio similar al del resto de empresas y es habitual en compañías con una posición sólida en el mercado.
- **Precio primado.** Se produce cuando la empresa ostenta una posición de supremacía o es asociada a productos de alta calidad que le permiten establecer precios más altos que la competencia, como puede ser Apple o Porsche.
- **Precio descontado.** El objetivo es captar clientela a través de precios más bajos que el resto de competidores, y es recomendable en el caso de mercados saturados o de nuevas marcas u organizaciones que hayan apostado por una política competitiva de alta rotación de productos y servicios.
- **Precios éticos.** Suelen ser los productos o servicios que vienen regulados por ley, como los medicamentos o el tabaco.
- **Precios descremados.** Consiste en fijar un precio de salida más alto que el promedio del mercado con el propósito de captar a los consumidores más interesados, y, posteriormente, rebajarlo con la intención de ampliar el target.
- **Precio de penetración.** Es la situación inversa a la anterior. La compañía pone un precio muy bajo para llegar al máximo número de clientes y, una vez generado el hábito entre los consumidores, eleva el coste de compra

Módulo 3

Inglés Turístico

Objetivo: Aprender un vocabulario práctico de inglés turístico.

3.1 Importancia del Inglés Turístico

El inglés turístico es aquel que se emplea en este sector y cuyo dominio te permitirá comunicarte con soltura y confianza en todas las situaciones propias de tu actividad. El inglés es fundamental en puestos de trabajo que estén en contacto directo con turistas (pero también representa un valor añadido para el empleado que solo tiene contacto ocasional con ellos: puede ser un factor de ascenso dentro de la empresa).

3.2 Vocabulario turístico

Saludos de bienvenida/ Greeting people

¿Cómo está?	How are you?
¿Ha tenido un buen viaje?	Did you have a good trip?
Bienvenido	Welcome
¿Puedo ayudarte?	Can I help you?
Buenas tardes	Good afternoon
Buenos días	Good morning
Mi nombre es	My name is

Cuadro 21 Saludos de bienvenida/ Greeting people

Agradecimientos/Thanking

Muchas gracias	Thanks a lot
De nada	You are welcome
Con mucho gusto	With pleasure

Cuadro 22 Agradecimientos/Thanking

Como despedirse/ Say good bye

Adiós	Bye
Hasta mañana	See you tomorrow
Bueno adiós, y que les vaya bien	Well, goodbye and all the best

Cuadro 23 Como despedirse/ Say good bye

Compras/ Shopping

¿Venden?	Do you sell?
¿Admiten tarjetas de crédito/ debito?	Do you take credit/debit cards
Cobrar	Charge
Dinero	Money
Moneda	Currency
Dinero en efectivo	Cash

Cuadro 24 Compras/ Shopping

Artesanía/ Handicraft

Artesanía	Handicraft
Bañado en oro	Gold plated
Bisutería	Costume
Hecho a mano	Handmade

Cuadro 25 Artesanía/ Handicraft

Afirmaciones

Si	Yes
Sí, mucho	Yes, that s right
Sí, eso espero	Yes, I hope so

Cuadro 26 Afirmaciones/ Affirmations

Negaciones

No	No
No, está bien gracias	No, it s all right thank you
No se	I don t know

Cuadro 27 Negaciones/Denials



Módulo 4

Turismo sostenible

Objetivo: Concientizar el impacto que tiene el uso de bolsas plásticas en el medio.

4.1 Componentes y principios del turismo sostenible

El turismo sostenible es un proceso que responde a las necesidades de los turistas y de las comunidades en donde se realiza esta labor, protegiendo y mejorando las necesidades a futuro de todas las personas que habitan y visitan los lugares amigables con el medio ambiente.

4.2 Beneficios del turismo sostenible

Reducción, reutilización y reciclado de residuos
Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano
Reducen el coste y el consumo (energía, agua y residuos en general)
Mínimo de impacto ambiental

Cuadro 28 Beneficios del turismo sostenible

4.3 4S del reciclaje

Reducir: lo primero es intentar crear menos residuos de los que generamos. Si nos metemos en la cabeza este súper poder, se acabó el problema.

Reutilizar: Cuando algo ya no nos sirve podemos darle un nuevo uso. Si está en buen estado puede ser útil para otra persona o buscar un nuevo uso antes de tirarlo a la basura.

Reciclar: convierte un residuo en un producto nuevo y diferente. Para eso es importante que en casa separemos los residuos y los depositemos en los contenedores que tocan de recogida selectiva en la calle.

Recuperar: pero si un residuo no se puede evitar, reutilizar o reciclar, recuperar, como en la planta incineradora se usan los residuos que llevamos al contenedor verde oscuro para generar electricidad.



4.4 Uso de bolsas biodegradables

Las bolsas biodegradables son una de las opciones más extraordinarias para proteger el medioambiente de la contaminación debido a que el material con el que están hechas puede descomponerse en la naturaleza, mediante la acción enzimática de microorganismos como bacterias, hongos y algas; transformándose en nutrientes, dióxido de carbono, agua y biomasa.



Modelo de la propuesta de capacitación en el Cemuart

**Propuesta de Capacitación para el
Servicio de Calidad, Atención al
Cliente a los Artesanos del Centro
Municipal Artesanal "CEMUART"
Cuenca**

AUTORAS: OLGA LUCIA CHUÑIR PANAMA
MARIA EDUARDA MOSQUERA MOSQUERA



CONTENIDOS:

Módulo 1:

Calidad y Atención al Cliente

Módulo 2:

Marketing Turístico

Módulo 3:

Ingles Turístico

Módulo 4:

Turismo Sostenible



Módulo 1

CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Objetivo: Instruir a los artesanos del CEMUART el alcance que tiene el servicio de calidad en el visitante.





1.1 Principios de calidad y atención al cliente

La calidad de la atención al cliente es un proceso dirigido a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades del cliente.

1.2 Tipos de clientes

El cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados.

- Compradores
- Clientes frecuentes



1.3 Expectativas del cliente

Atención inmediata

Atención completa y exclusiva

Trato cortés

Expresión de interés por el cliente

Pronta respuesta

Eficacia al prestar un servicio

Explicación de conocimientos

Expresión de placer al servir al cliente

Expresión de agradecimiento



1.4 Reglas para una Excelente Calidad al Cliente.

No haga esperar al cliente, saludelo de inmediato.

Dar atención total, sin distracciones o interrupciones.

Sea natural, no falso o robotizado

Demuestre energía y cordialidad
(entusiasmo)



Módulo 2

MARKETING TURÍSTICO

Objetivo: Comprender la importancia de identidad corporativa impacto que tiene ante los turistas.





2.1 Marketing Turístico

Es el proceso a través los servidores turísticos seleccionan su público y se comunican con él para averiguar e influir sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel, local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de adaptar sus productos turísticos.





2.2 Identidad Corporativa

La identidad corporativa es la manifestación visual de la personalidad de una marca o empresa.

2.3 Estrategia de Promoción:

Trípticos

Volantes

Valla publicitarias

Señalética Turística



2.4 Estrategia de Promoción

Isótopo
Logotipo
Eslogan
Cromática



cemuart
CENTRO MUNICIPAL ARTESANAL
manos que trabajan



2.5 Estrategia de Precio

Promociones: 2x1

Sorteos

Descuentos





Módulo 3

Ingles Turístico

Objetivo: Aprender un vocabulario práctico de inglés turístico.





3.1 Importancia del Inglés Turístico

El inglés turístico es aquel que se emplea en este sector y cuyo dominio te permitirá comunicarte con soltura y confianza en todas las situaciones propias de tu actividad.



3.2 Vocabulario Turístico

¿Cómo está?/ How are you?

¿Ha tenido un buen viaje?/Did you have a good trip?

Bienvenido/ Welcome

¿Puedo ayudarte? /Can I help you?

Buenas tardes /Good afternoon

Buenos días Good morning



Compras/ Shopping

¿Admiten tarjetas de crédito/ débito?	Do you take credit/debit cards
¿Cuánto cuesta?	How much?
¿Cuánto es de cambio?	How much in change?
Moneda	Currency
Dinero en efectivo	cash

Artesanía/ Handicraft

Artesanía	Handicraft
Bañado en oro	Gold plated
Bisutería	Costume
Hecho a mano	Handmade





Muchas gracias

Thanks a lot

De nada

You are welcome

Con mucho gusto

With pleasure



Módulo 4

Turismo Sostenible

Objetivo: Concientizar el impacto que tiene el uso de bolsas plásticas en el medio.





4.1 Componentes y principios del turismo sostenible

El turismo sostenible es un proceso que responde a las necesidades de los turistas y de las comunidades en donde se realiza esta labor, protegiendo y mejorando las necesidades a futuro de todas las personas que habitan y visitan los lugares amigables con el medio ambiente.





4.2 Beneficios del Turismo Sostenible

- Reducción, reutilización y reciclado de residuos
- Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano
- Reducen el coste y el consumo (energía, agua)
- Mínimo de impacto ambiental





4.3 4R del Reciclaje

- Reduce
- Reutiliza
- Recicla
- Recupera



4.4 Uso de Bolsa Biodegradables.

Las bolsas biodegradables son una de las opciones más extraordinarias para proteger el medioambiente de la contaminación debido a que el material con el que están hechas puede descomponerse en la naturaleza, mediante la acción enzimática de microorganismos como bacterias, hongos y algas; transformándose en nutrientes, dióxido de carbono, agua y biomasa.



Cronograma:

Módulo 1:	Calidad y Atención al Cliente
Fecha de Capacitación:	Marzo/2020
Días:	Lunes, Martes, Miércoles
Lugar:	Salas del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Participantes:	Artesanos/as del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Ponente:	Mishel Vizcaíno/ Artesano Ganador Medalla Cidap
Duración:	9 horas
Frecuencia:	3 horas diarias
Horas de asistencia:	18h:00 --- 21h:00



Módulo 2:	Marketing Turístico
Fecha de Capacitación:	Mayo /2020
Días:	Lunes, Martes, Miércoles
Lugar:	Salas del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Participantes:	Artesanos/as del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Ponente:	Alexandra Ruiz Martinez
Duración:	9 horas
Frecuencia:	3 horas diarias
Horas de asistencia:	18h:00 --- 21h:00

Módulo 3:	Ingles Turístico
Fecha de Capacitación:	Julio 2020
Días:	Lunes, Martes, Miércoles
Lugar:	Salas del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Participantes:	Artesanos/as del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Ponente:	Mauricio Lilliegren
Duración:	9 horas
Frecuencia:	3 horas diarias
Horas de asistencia:	18h:00 --- 21h:00

Módulo 4:	Turismo Sostenible
Fecha de Capacitación:	Septiembre/ 2020
Días:	Lunes, Martes, Miércoles
Lugar:	Salas del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Participantes:	Artesanos/as del Centro Municipal Artesanal, Cemuart
Ponente:	Miguel Eduardo
Duración:	9 horas
Frecuencia:	3 horas diarias
Horas de asistencia:	18h:00 --- 21h:00



Cronograma de actividades

Meses	Semanas	OCTUBR E				NOVIEM BRE				DICIEM BRE				ENERO			
	Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Diagnóstico de la Organización.	X	X														
	Planeación de estrategias de comunicación internas y externas.		X	X		X											
	Diseño de medios.				X	X											
	Impresión, distribución o publicación de medios.				X	X											
	Evaluación de impacto.																
	Ajuste de la propuesta.						X	X									
	Implementación de la segunda etapa de la propuesta de medios.									X	X	X					
	Elaboración de informe final													X			X

Conclusiones

A partir de esta investigación se pretende aportar con un estudio de las necesidades de los artesanos en cuanto a un servicio de calidad. En la indagación se presenciado que el Centro Municipal Artesanal, no cuenta con un cronograma de capacitaciones continuas para los artesanos, de esta manera se ha propuesto una capacitación de servicio de calidad a los/as artesanos del Cemuart.

Durante el levantamiento de información se ha dialogado con los artesanos para palpar de manera directa las necesidades que tienen en la institución, así mismo con el apoyo de la administración y secretaria del Cemuart que han servido de gran apoyo la información dada para la ejecución del trabajo, se ha realizado encuestas a los visitantes, de esta manera se pudo estimar que un 73% de los visitantes creen que es fundamental capacitarse de manera continua de satisfacción al cliente.

Según encuestas realizadas en años anteriores, se pudo apreciar las falencias que existen en los artesanos en el conocimiento de otro idiomas el 90% de los artesanos cree que es importante saber otro idioma entre estos inglés.

Para la elaboración de la propuesta se ha considerado varios temas que engloba la calidad y servicio entre estos se ha seleccionado 4 temas puntuales para los artesanos, acomodándose al horario de cada uno de ellos.

Se elaboró la propuesta de capacitación y el cronograma para el año 2020 en el cual constan los 4 temas de capacitación con su objetivo general organizado por fechas y horas de duración. En esta investigación se pretende apoyar a los artesanos con temas que sean de su importancia para generar bienestar en ellos.

Al concluir con este trabajo final que es un requisito para poder graduarse, expresa orgullo y satisfacción para quienes lo han realizado que ha permitido visualizarse de diferente manera en un grupo vulnerable específico, como son los artesanos del Centro Municipal Artesanal.

- **Recomendaciones**

Hoy en día, toda organización requiere que las personas estén debidamente actualizado en sus conocimientos, que posea habilidades y destrezas para desarrollar un trabajo competente y satisfactorio, una de las formas más eficientes es capacitándose permanentemente, donde el objetivo de una capacitación se realmente una necesidad que tengan las personas de lugar.

Organizar cronogramas de capacitaciones o talleres de varios temas considerando los recursos y presupuesto.

Es necesario que los directivos del Cemuart den importancia a la formación continua de los artesanos, llegando a superar ese pensamiento de que la capacitación es un gasto, de esta forma los artesanos se visualicen de mejor manera a crear nuevas formas de ventas.

En relación con el instituto se recomienda tener más organización en las actividades de titulación.



GLOSARIO:

ASERTIVIDAD: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ESTÁNDARÉS: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.

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

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

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

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

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



Bibliografía

- Arrieta, E. (sf de sf de 2017). *Diferenciador*. Obtenido de Método inductivo y deductivo:
<https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Definición, C. d. (12 de Enero de 2020). *ConceptoDeDefinición*. Obtenido de Vendedor:
<https://conceptodefinicion.de/vendedor/>
- Ibañez, J. (sf de sf de 1992). *Sinnaps*. Obtenido de MÉTODO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA:
<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>
- MX, E. D. (11 de Marzo de 2014). *Definición*. Obtenido de Definición de Turista:
<https://definicion.mx/turista/>.
- OEA. (sf de sf de 1980). *Conceptos y Generalidades*. Obtenido de Que son los servicios turisticos:
<https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Orange, F. (sf de sf de Sf). *Desarrollo Estretragico de Negocios*. Obtenido de ¿Qué es marketing turístico?: <https://www.marketinginteli.com/marketing-segmentos/marketing-tur%C3%ADstico-1/>
- Porto Pérez, J., & Gardey, A. (sf de sf de 2013). *Definición.de*. Obtenido de Definición de Reciclaje: <https://definicion.de/reciclaje/>
- Porto, J. P. (sf de sf de 2008). *Definición.de*. Obtenido de Definición de Etica:
<https://definicion.de/etica/>
- Raffino, M. E. (27 de Noviembre de 2018). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto de Consumidor:
<https://concepto.de/consumidor/#ixzz65AUVQ9IJ>
- Raffino, M. E. (29 de Noviembre de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto de Demanda:
<https://concepto.de/demanda/>
- Raffino, M. E. (29 de Noviembre de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto de Oferta:
<https://concepto.de/oferta/>
- Raffino, M. E. (11 de Diciembre de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de Metodo Cuantitativo:
<https://concepto.de/metodo-cuantitativo/#ixzz67ujsR8bG>
- Significados. (21 de Febrero de 2017). *Significado de Calidad*. Obtenido de Que es Calidad:
<https://www.significados.com/calidad/>
- UNWTO. (2 de Enero de 1975). *Turismo Responsable, sostenible y accesible*. Obtenido de Sobre OMT: <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>
- Chiqui, G, Chunchi, Maria .(28 de Junio de 2013).Diseño e Implementación de un Plan de Capacitación en el Centro Municipal Artesanal "CEMUART", durante el periodo 2012 2013:
<file:///C:/Users/USUARIO/Documents/turismo%20oficial/CICLO%205/UPS-CT002707.pdf>



Moreira, A. (Febrero 2013). NECESIDADES DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD CRISTIANA LATINOAMERICANA EXTENSIÓN GUAYAQUIL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO. PROPUESTA DE UN MÓDULO PRÁCTICO: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1666/1/TESIS%20COMPLETA%20ROSA%20AMELIA%20MOREIRA%20ORTEGA.pdf>

Escuela Europea de Management. (31 de mayo de 2018). Tipos de estrategias de precios o cómo poner valor a un producto <http://www.escuelamangement.eu/gestion-estrategica/tipos-estrategias-precios-poner-valor-producto>

Briones, C, Barquet, E. (27 de diciembre de 2016) Modelo de evaluación de calidad de servicio aplicado al retail de ropa en centros comerciales: <http://revistaespacios.com/a17v38n23/a17v38n23p28.pdf>

Moncada, Y. (Noviembre 2014). DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA CASA DE OLMEDO DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7791/1/Tesis_Yuri%20S%C3%A1nchez.pdf?fbclid=IwAR1-cgprdtlaONFmGPz6r2e6COQC0IMYQoH_TE7AYBC7wsn8tyz_4FrBvmo

Altafulla, S. (21 de abril de 2019). 84 artesanos rechazan la rehabilitación del Cemuart: <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/artesanos-rehabilitacion-cemuart>

Díaz, M. (04 de junio de 2018). Historia del servicio al cliente: <https://www.cuidatudinero.com/13125381/historia-del-servicio-al-cliente>

Perú Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Diciembre 2019). MINCETUR PROMUEVE CAPACITACIÓN PARA ARTESANOS DE AYACUCHO: <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-promueve-capacitacion-para-artesanos-de-ayacucho/>

Aceranza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. (pp. 46-48). México: Trillas: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-sostenible/>

Palomino, I. (Septiembre 2018). “Calidad de servicio y Satisfacción en los clientes de un restaurante, Ate, 2018”: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/19612?show=full>



ESTUDIO AMÉRICAN EXPRESS: BARÓMETRO GLOBAL DE SERVICIO AL CLIENTE 2017. (2017). Nueve de cada diez mexicanos están contentos con el servicio al cliente:
<http://www.marketersbyadlatina.com/articulo/3045-nueve-de-cada-diez-mexicanos-est%C3%A1n-contentos-con-el-servicio-al-cliente->

Pérez, B. (6 de noviembre de 2019). Artesanos reclaman capacitación:
<https://ww2.elmercurio.com.ec/2019/11/06/artesanos-reclaman-capacitacion/>

Ruiz, L, Alvear,F.(Septiembre 2014). El turismo rural en español, inglés y portugués:
https://issuu.com/innovtur_ftv/docs/entenderles_y_que_nos_entiendan/2



GLOSARIO

ASERTIVIDAD: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

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

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

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

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

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

Anexos:

1. Turismo Sostenible: Propuesta de Capacitación para el Servicio de Calidad a los Vendedores de Artesanías, Centro Municipal Artesanal CEMUART, Cuenca

2. Introducción:

La capacitación es un conjunto de procesos organizados dirigidos a prolongar un desarrollo de habilidades así mismo un cambio de actitudes con el propósito para incrementar eficacia en el desempeño de los vendedores del sector artesanal. La propuesta de capacitación para el servicio de calidad a los vendedores de artesanías en el Centro Municipal Artesanal, busca fortalecer y desarrollar la ética, la prestación de buenas prácticas de servicio basándose los siguientes temas:

Marketing turístico; satisfacción al cliente, imagen corporativa, técnicas de ventas y costos. Turismo sostenible: reducir, reutilizar, reciclar, recuperar (4R) con el uso de bolsas de papel y cartones, para crear conciencia en las artesanas y visitantes en la contribución del medio ambiente, adquisición de conocimiento en inglés turístico: saludo, costos para aportar la interacción entre el vendedor y consumidor. Hospitalidad y Calidad: buen trato hacia el turista lo que se quiere lograr es captar aptitudes y habilidades de los artesanos en manera continua.

Mediante la propuesta de capacitación se puede mejorar la atención a los turistas en el Centro Municipal Artesanal, puesto que recibirán una atención y servicio de excelente calidad en el sector turístico, para lograr la demanda de turistas y la economía de las artesanas/os del sector. Para satisfacer la calidad de la atención es necesario que la comunidad artesanal esté capacitado para que sea capaz de desenvolverse en el ámbito comercial de artesanías y una buena relación entre vendedor y cliente, de esta manera lograr la dinamización del turismo.



3. Planteamiento del Problema

Dentro del turismo cultural se tiene al patrimonio tangible donde se encuentra las artesanías, las cuales son elaboradas y comercializadas en diferentes partes de la Ciudad de Cuenca, las artesanías son el punto de atracción para los visitantes y una actividad económica para los artesanos. Cabe mencionar que el Centro Municipal Artesanal es un lugar conocido por la comercialización de sus artesanías en donde diariamente exhiben sus productos sin embargo existen ciertas falencias al momento de vender, las artesanas no se encuentran en constante capacitación, su vez existe una resistencia social en ellas, además son cabezas de hogar y todo su tiempo lo dedican a la venta de artesanías lo cual ocasiona que ellas no se proyecten nuevas formas de vender sus artesanías al turista entre ellos están: no han recibido constante capacitación de servicio al cliente, el dominio del idioma turístico, no existe un punto de información artesanal, escasa señalética e identificación en los espacios físicos, reutilización para envoltura y embalaje en materiales biodegradables, carencia en hospitalidad y atención al visitantes, desconocimiento o la falta de visión de los artesanos para mejorar la calidad, oferta y servicio al cliente.

Internacional:

La artesanía en México así como en muchos países en vías de desarrollo es un oficio manual que constituye para los artesanos un instrumento que les facilita la vida es un medio que les permite sobrevivir. El futuro de la artesanía en México está pasando por momentos difíciles. En muchas comunidades, las indígenas Mexicanas dedican largas jornadas de trabajo a la artesanía que solo les permite sobrevivir, no pueden darse el lujo de dejar el trabajo por un día, porque simplemente no comerían, el problema es grave. (Bejar Navarro, 1994, p.7).

Nacional:

Los comerciantes otavaleños, llegaban a los sectores rurales del Carchi, incluso con carretillas a entregar lana a su vez recibir los tejidos. Con el paso del tiempo lograron hacer grandes fortunas, en base a la explotación a la mujer artesana estos tejidos han tenido un gran realce en Europa y Estados Unidos, hizo que las mujeres emprendan en estos trabajos, como una alternativa a los problemas de falta de trabajo que se obtuvo en los últimos años. Ahora se los ve llegar en vehículos del año a lucrar de las creativas



manos de la mujer carchense, quien por entregar un producto más exigente de calidad, se ve obligada a recibir capacitaciones para iniciar en diseños y acabados más laboriosos. (LaHora,2003, p.1)



4. Justificación:

El sector turístico ha crecido exponencialmente en los últimos años, la importancia de conservar la esencia del lugar crea la necesidad de un turismo sostenible que permita seguir disfrutando de las maravillas que podemos encontrar por todo el mundo. La Organización Mundial del Turismo (OMT,...) concibe al turismo sostenible como “una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”. La importancia de mejorar el servicio y la atención a los turistas que acuden al centro municipal artesanal, reforzará la calidad a su vez el conocimiento de los artesanos. La artesanía ha sido a lo largo de los años una actividad fundamental que ha servido como soporte a diversas áreas. Las condiciones para afrontar los cambios en los consumidores del mercado local deben poner los medios adecuados para que los destinos turísticos puedan dar cabida a esta actividad tradicional. Por medio de esta propuesta de capacitación se pretende evidenciar una mejor organización en los prestadores de servicios turísticos, lo que fortalecerá los conocimientos a los vendedores para tengan una mejor disposición de brindar calidad y servicios, idioma turístico, uso de bolsas de papel y cartones implementando reducir, reutilizar, reciclar, recuperar (4R) mejorando la calidad del servicio. Esta capacitación coordinará bajo la supervisión administrativa del centro municipal CEMUART que está designado para los aspectos económicos, sociales y turísticos del sitio. Esta investigación es factible porque se cuenta con el apoyo de las vendedoras CEMUART, quedando abierta la posibilidad de que nuevos investigadores amplíen sus estudios relacionados con el tema.

5. Objetivos:

5.1 Objetivo general:

Propuesta de Capacitación para el Servicio de Calidad, atención al cliente a los artesanos, Centro Municipal Artesanal CEMUART, Cuenca.

5.2 Objetivo específicos:

- Determinar los contenidos que se desarrollara en la capacitación planteada en el Centro Municipal Artesanal Cemuart.
- Gestionar junto a las autoridades de la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económica EDEC la ejecución de la capacitación orientada a mejorar la calidad de servicio para las vendedoras del Centro Municipal Artesanal Cemuart.
- Desarrollar la propuesta de capacitación para atención al cliente a los vendedores de artesanías, Centro Municipal Artesanal Cemuart.

6. Marco referencial.

6.1 Marco teórico:

El futuro de las artesanías de Olinalá, Guerrero, México, los artesanos quieren mejorar en la calidad en servicio, producción, elaboración, acabados, planeación, logísticos; para que sus artesanías puedan acceder en mercados internacionales, para esto los artesanos tienen que incorporar las nuevas tecnologías y la industria, sin embargo la mayoría de los artesanos se resiste al cambio de implementación de estos procesos, se ha pensado en México, que lograr un producto de buena calidad necesita de costos más altos, esto ha llevado a que normalmente se piense que para bajar los costos de un producto debe disminuir su calidad. (Gutiérrez, 1998, p.150).

En el sector San Miguel de Yahuarcocha, Cantón Ibarra, la falta de capacitación a los artesanos en la elaboración de artesanías en totora, esto ha dado como resultado que los artesanos dependan únicamente del cultivo de la totora y de la elaboración de un solo producto artesanal como son las esteras. Además existe un desinterés por parte de algunos artesanos en innovar sus artesanías, debido a que obtienen bajos ingresos económicos por la fabricación de esteras, siendo el único producto que ellos elaboran, ya que su comercialización lo realiza a través de intermediarios obteniendo baja remuneración. (Juma & Ormanza, 2009, p.8).

En el país de Costa Rica iniciaron un programa de capacitación a artesanos brindando por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Instituto Tecnológico de Costa Rica, y Café Britt, con el objetivo de incrementar su calidad al cliente y productiva, varias artesanías importadas a precios bajos impide al vendedor competir por precios, es una situación difícil debido al sobreprecio los materiales, por esto existe la necesidad de elaborar la capacitación. (Cordero, 2011, p.1)

En la Península de Santa Elena, los artesanos determinaron que requieren capacitación porque es una de las características que comúnmente el cliente siempre analiza al momento de comprar, otros mencionaron que requieren capacitación en ventas y servicio al cliente para obtener mayores ingresos y captar al cliente constantemente, y en igual proporción consideran capacitarse en temas sobre contabilidad, liderazgo y desarrollo de proyectos para fortalecer sus conocimientos y adquirir nuevas competencias laborales. (Ramos, 2013, p.79).

La Federación Provincial de Artesanos Profesionales del Cañar, indicó que las autoridades sean descuidado de los artesanos, exigen capacitación permanente y herramientas”. Algunos compañeros se han retirado por la falta de apoyo. (Pérez, 2019, p.1)

6.2 Marco Contextual

Cuenca es la tercera ciudad más importante del Ecuador, está ubicado en la provincia del Azuay es conocida por el turismo cultural por lo cual existe una variedad de artesanías que se exponen en varios espacios entre estos el Centro Municipal Cemuart se localiza en las calles General Torres y Presidente Córdova consta de 84 locales en los que se ofrecen piezas de joyería, tejidos, bordados, cerámica, cuero, madera, metal, paja toquilla, caucho, fibras naturales, entre otros.

6.3 Marco Conceptual

<p>Artesanías:</p>	<p>Se denomina artesanía tanto al trabajo como a las creaciones realizadas por los artesanos (una persona que realiza trabajos manuales). Es un tipo de arte en el que se trabaja fundamentalmente con las manos, moldeando diversos objetos con fines comerciales o meramente artísticos o creativos.</p>
	<p>La capacitación es el conjunto de medios que se organizan de acuerdo a un plan, para lograr que un individuo adquiera destrezas, valores o conocimientos</p>



<p>Capacitación:</p>	<p>teóricos, que le permitan realizar ciertas tareas o desempeñarse en algún ámbito específico, con mayor eficacia.</p>
<p>Turismo Sostenible:</p>	<p>Modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar atractivos naturales (y cualquier manifestación cultural, del presente y del pasado) a través de un proceso que promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y cultural, y propicia una participación activa y socio-económicamente benéfica para las poblaciones locales.</p>
<p>Artesanos:</p>	<p>Artesano es un concepto vinculado o relativo a la artesanía. La artesanía, por su parte, hace referencia al trabajo realizado de forma manual por una persona, sin ayuda de la energía mecánica.</p>
<p>Vendedores:</p>	<p>Vendedor se le llama a aquella persona que tiene la tarea de ofrecer y comercializar un producto o servicio a cambio de dinero; para esto debe utilizar una serie de estrategias de</p>



	<p>persuasión, que les permita convencer a los compradores y así alcanzar el objetivo.</p>
<p>Hospitalidad:</p>	<p>Hospitalidad es una virtud o cualidad que consiste en tratar bien, con amabilidad, al prójimo. El término, cuyo origen se halla en el latín hospitalitas, contempla la asistencia y la atención de todo aquel que necesita algo</p>
<p>Calidad:</p>	<p>La calidad del servicio prestado por una determinada empresa es asociada a su cualidad en relación a la percepción de satisfacción y la calidad de un producto en general se refiere a la cualidad y durabilidad del bien.</p>
<p>Servicios turísticos:</p>	<p>Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.</p>

<p>Patrimonio cultural tangible:</p>	<p>El patrimonio cultural tangible se compone de los monumentos, edificios, lugares arqueológicos, conjuntos históricos, y los elementos “naturales”, como los árboles, grutas, lagos, montañas y otros.</p>
<p>Embalaje:</p>	<p>El embalaje es todo el proceso que llevamos a cabo para proteger el producto o mercancía durante su manipulación, traslado y almacenamiento del mismo.</p>
<p>Biodegradable:</p>	<p>Biodegradable permite calificar a la sustancia que se puede degradar mediante el accionar de un agente biológico.</p>
<p>Cultura:</p>	<p>Cuando hablamos de cultura nos referimos a un término amplio, muy abarcador, en el que están contempladas las distintas manifestaciones del ser humano, en oposición a sus aspectos genéticos o biológicos, a la “naturaleza”.</p>
<p>Demanda:</p>	<p>La demanda, en economía, refiere a la cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos</p>



	<p>bienes o servicios pueden ser muy variados, como alimentos, medios transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas, es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes.</p>
<p>Cemuart:</p>	
<p>Turista:</p>	<p>Se denomina turista a la persona que se desplaza hacia otras regiones o países distintos del propio con la finalidad de pasar allí momentos de ocio, conocer otras culturas, visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual, etc.</p>
<p>Maquila:</p>	<p>Un sistema de moler el trigo en molino ajeno, pagando al molinero con parte de la harina obtenida.</p>
<p>Reciclaje:</p>	<p>Reciclaje o reciclamiento es la acción y efecto de reciclar (aplicar un proceso sobre un material para que pueda volver a utilizarse). El reciclaje implica dar una nueva vida al material en cuestión, lo</p>



	que ayuda a reducir el consumo de recursos y la degradación del planeta.
Oferta:	La oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado.
Consumidor:	Consumidor posee una serie de necesidades que satisfacer, y lo hace gracias al intercambio de dinero por los bienes y servicios ofertados que desea, y que le brinda un productor o proveedor.
Competitividad:	La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno.
Cosmovisión:	Cosmovisión es la manera de ver e interpretar el mundo. Se trata del conjunto de creencias que permiten analizar y reconocer la realidad a partir de la propia existencia. Puede hablarse de la



	cosmovisión de una persona, una cultura, una época, etc.
Antropológico:	La antropología estudia los fenómenos humanos, por lo que toma en cuenta tanto las sociedades originarias y antiguas como las presentes.
Marketing turístico	El marketing turístico tiene una amplia cobertura, desde un pequeño lugar de hospedaje o atractivo turístico hasta el posicionamiento de un país como destino turístico.
OMT:	La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.
Ética:	La ética se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana.



7.0 Metodología

La investigación es de tipo cualitativo, determina los factores que influyen en la calidad de servicio de los vendedores del Centro Municipal Artesanal CEMUART, es usada para observar y determinar los temas como: imagen corporativa, idioma turístico, reciclar y reutilizar materiales biodegradables, determinara una de las metodologías planteadas será descriptiva y explicativa, establecerá las estrategias y elementos necesarios para mejorar la experiencia de las personas al momento de adquirir un servicio de calidad.