

DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN EN LAS EMPRESAS DE TURISMO RURAL DEL CANTÓN COTACACHI

 <https://doi.org/10.56238/sevened2024.037-016>

Paúl Oña Izurieta

Magister en sistemas de gestión de calidad / Magister en Gestión de Empresas Turísticas
Instituto Superior tecnológico Cotacachi

Francisco Vaca Alencastro

Magister en Consultoría Turística
Instituto Superior tecnológico Cotacachi

Paola Enriquez Ruiz

Maestría en Consultoría Turística
Instituto superior tecnológico cotacachi

RESUMEN

La industria del turismo en el Ecuador necesita tener un sustento científico, acorde a su desarrollo y crecimiento económico. Según el Plan de Creación de Oportunidades 2021 - 2025, por parte del gobierno se ha estructurado una política encaminada al fortalecimiento del sistema turístico, por lo tanto, la indagación que se realice a los representantes de los negocios locales, va a permitir entender hacia donde encaminar herramientas administrativas y acciones concretas con modelos de gestión en los servicios turísticos, que buscará fomentar una cultura de calidad y buen servicio.

El Presente artículo científico tiene como propósito realizar un diagnóstico de necesidades de capacitación de las competencias técnicas y administrativas para la gestión del servicio turístico de la parroquia San Francisco y el Sagrario del Cantón Cotacachi de la provincia de Imbabura. Para ello, se plantea elaborar un diagnóstico situacional, que evidencie la realidad de las empresas prestadores de servicios turísticos; y que permita que esta investigación se convierta en un aporte significativo para el cantón.

Palabras clave: Diagnóstico. Competencias técnicas. Capacitación. Turismo rural.



1 INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el contexto social y económico por el que atraviesa el Ecuador se traduce en un lento crecimiento económico además de una fuerte desigualdad de acceso a bienes y servicios que impactan negativamente de manera transversal a todos los rincones del país, desde los niveles nacional y local pero también urbano y rural. El desafío es esbozar elementos que consideren a los recursos culturales, naturales, históricos, patrimoniales, etc., como una fuente de desarrollo para el turismo a través del aprovechamiento de las externalidades que ofrecen esos recursos materiales e inmateriales de la “provincia de los lagos” como se la conoce; y recientemente (mayo del 2019) distinguida como Geoparque Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (Dávalos, Pinargote, & Brusil, 2019)

2 MARCO TEÓRICO

La industria del turismo en el Ecuador necesita tener un sustento científico, acorde a su desarrollo y crecimiento económico. Según el Plan de Creación de Oportunidades 2021 - 2025, por parte del gobierno se ha estructurado una política encaminada al fortalecimiento del sistema turístico, por lo tanto, la indagación que se realice a los representantes de los negocios locales, va a permitir entender hacia donde encaminar herramientas administrativas y acciones concretas con modelos de gestión de calidad en los servicios turísticos, que buscará fomentar una cultura de calidad y buen servicio.

El turismo es una actividad económica y social en auge, que aporta de manera directa o indirecta a una zona en desarrollo, generando importantes movimientos monetarios, permitiendo la inversión nacional y extranjera (Santamaría, 2019). Actualmente, el turismo es el motor clave en el proceso socioeconómico de un destino, es decir, que a mayor tránsito de personas en los destinos, mayor flujo económico y desarrollo social (Silva, 2018).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el escenario económico actual, el turismo emerge como una de las actividades más dinámicas del capitalismo global. (Organización Mundial del Turismo, 2012). Su importancia se aprecia en la aportación a la generación de riqueza, el turismo representa uno de los servicios de apoyo a la producción de fuerza laboral, al crecimiento progresivo de las relaciones industriales, comerciales y financieras de los diferentes mercados, los servicios turísticos sirven de apoyo a la movilidad de mano de obra, que sirve de estrategia a la producción del capital (Bravo, 2018).

El sector turístico es un sector con un crecimiento significativo tanto a nivel mundial como nacional es así que de acuerdo con (UNWTO, 2021) el turismo aporta el 4,6% del PIB mundial y más del 8.3% del empleo. En tal sentido se debe resaltar la importancia de la formación adecuada, precisa,



actualizada y constante, se hace imprescindible ya que todo trabajo realizado en esta actividad va encaminada a un único objetivo: la plena satisfacción del cliente (Mesa, 2018).

Durante las últimas décadas, los países dentro de sus estrategias incluyen la marca país como una de sus ventajas competitivas, que les ayuda a fortalecer su imagen internacional a fin de favorecer tanto el turismo como sus exportaciones. Ecuador ha buscado alinearse con la tendencia mundial y es así como consolida un proceso de creación y difusión de su marca “Ecuador ama la vida”; y de ese modo cuida que el imaginario que comunique, favorezca el presentar al mundo un país con riqueza tanto cultural como natural (Chicaiza, Lastra, & Yáñez, 2014).

La provincia de Imbabura se encuentra en un proceso de crecimiento económico y social, la declaratoria de geoparque ha permitido que la población local fije su mirada en el turismo como una estrategia para fortalecer el proceso de crecimiento económico y social (Gómez, González, & Villalonga, 2019). Una referencia al respecto es realizada por (Kliksberg, 2006, p.12), cuando plantea que el grado de confianza existente entre los actores sociales, sus normas de comportamiento y el nivel de asociatividad que los caracteriza; indican la riqueza y fortaleza del tejido social interno de una sociedad y por tanto elementos fundamentales para lograr un desarrollo sostenible y sustentable del turismo.

Por otro lado, Cotacachi busca que el turismo se convierta una alternativa productiva, amigable, económica y socio-cultural, de tal manera que permita que el cantón vaya posesionándose como un destino turístico de importancia en el mercado local (Quinga, 2013).

La diversidad con la que cuenta el cantón Cotacachi impulsa el desarrollo como una alternativa turística, dadas las ventajas que tiene para sus habitantes, emprendedores y empresarios urbanos y rurales, al generar nuevos empleos, el fomento de ingresos familiares, y la valorización del patrimonio tangible e intangible (Bravo D., 2017)

Actualmente Cotacachi está conformada por 2 parroquias urbanas que conforman el cantón en sí. Las parroquias urbanas en las que se halla dividida Cotacachi son las detalladas a continuación: El Sagrario ubicada al norte de la calle 10 de agosto y San Francisco ubicada al sur de la calle 10 de agosto (Municipio de Cotacachi, 2020).

En Cotacachi la actividad turística se ha manejado de forma desordenada y empíricamente en los últimos años, el último plan de desarrollo turístico del cantón fue elaborado en el año 2002, este hecho no ha permitido un desarrollo ordenado de este sector en las parroquias del cantón (Asociación de Municipalidades del Ecuador, 2019).

Castelluci (2009) sostiene que, el turismo en cualquier lugar del mundo debe tener como objetivo primordial contribuir al desarrollo de los pueblos. Este objetivo se puede alcanzar a través de una plena satisfacción del cliente. La tendencia creciente en el turismo exige más calidad en la prestación de los servicios. Esta situación obliga a los destinos turísticos a analizar su actual



competitividad en relación a la calidad de los servicios, esto mediante la implementación de programas de capacitación que estén enfocados en el fortalecimiento del personal operativo (Reyes J. , 2019).

Bajo este contexto Granados & Amaru (2013) los actores turísticos deben adquirir conocimientos actualizados, que les permita fortalecer las competencias genéricas y la formación en habilidades y destrezas. Es por eso que la capacitación es un proceso crucial para quienes desarrollan una actividad turística (Torres, 2016). Es a través de la capacitación que el capital humano recibe el conocimiento técnico y teórico adecuado y necesario para desarrollar correctamente su función dentro de la empresa turística (Valle, Barca, González, & Núñez, 1999). Por lo tanto, si no se dispone de la formación adecuada y precisa se podría poner en peligro los resultados, formar puede resultar en muchos casos tedioso, pero son tan importantes los beneficios que se obtienen que ha de considerarse como una necesidad, ya que de lo contrario se convierte en un grave problema de competitividad (Aguilera, 2017). En otras palabras, la capacitación es generada por una necesidad, toda necesidad es producto de una carencia, la carencia puede identificarse si se confronta lo que se tiene con lo que se debería tener; por lo que las necesidades de capacitación son aquellas carencias de conocimientos, habilidades y actitudes que el personal tiene en relación con lo que demanda el puesto (Díaz Y. , 2018).

En concordancia Díaz, Gómez, & De la Osa (2008) exponen una teoría que permite llegar a identificar las necesidades individuales de capacitación, a partir de la definición de las competencias que se requieren para el desempeño del mismo. (Polo, 2003) menciona que, en un proceso compartido, se pasa de una detección de necesidades de capacitación a una de perfeccionamiento; se parte de la experiencia previa del capacitador para descubrir lo que necesita conocer, y posterior desarrollar el contenido que necesita adquirir para realizar un mejor desempeño.

Por otro lado (Guamán, 2018) menciona que existen dos grupos de necesidades de capacitación identificadas: Necesidades manifiestas y necesidades encubiertas.

Las necesidades manifiestas: Son aquellos provenientes de un cambio en la estructura organizacional por la movilidad del personal o como respuesta al avance tecnológico de las empresas turísticas, convirtiéndose en necesidades bastantes incuestionables del personal, el que ocupará un puesto de nueva creación, métodos de trabajo y procedimientos.

Necesidades encubiertas: Están dirigidas a identificar las deficiencias de los conocimientos, habilidades y destrezas de los propietarios de las empresas turísticas, que no le permiten el óptimo desempeño en cada una de sus labores dentro de su puesto de trabajo (p.41).

Es por eso que la capacitación es un proceso crucial para quienes desarrollan una actividad turística (Torres, 2016). Es a través de la capacitación que el capital humano, recibe el conocimiento técnico y teórico adecuado y necesario para desarrollar correctamente su función dentro de la empresa turística (González, 1993).



En este sentido la ejecución de procesos de capacitación se fundamenta en la ética del servicio basados en principios con relación a las habilidades, aptitudes y conocimientos que un empleado puede desarrollar de manera continua. La mejora de procesos es el objetivo principal que se busca al momento de implementar un proceso de capacitación sobre todo en el campo turístico (Morillo, 2016).

Por lo tanto, si no disponemos de la formación adecuada y precisa se podría poner en peligro los resultados. Formar puede resultar en muchos casos tedioso, pero son tan importantes los beneficios que se obtienen que ha de considerarse como una necesidad, ya que de lo contrario se convierte en un grave problema de competitividad (Aguilera, 2017).

3 METODOLOGÍA

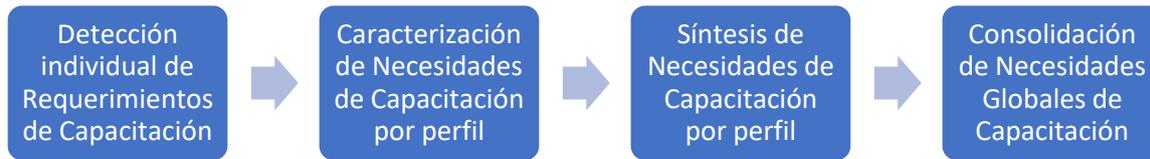
Con el presente trabajo de investigación se identificó las necesidades de capacitación que presentan varias empresas del cantón Cotacachi, para esto se aplicó una metodología con un enfoque cualitativo. La investigación cualitativa se basa en la correlación de variables, este tipo de investigación permite la recolección de datos, descripción de fenómenos, contextos, hechos y circunstancias, además de identificar rasgos independientes y conjuntos con la finalidad de detallar como son y como se representan dentro de una población (Sampieri et al., 2014).

Bajo esta descripción se utilizaron varios métodos de investigación que permitieron realizar un proceso de detección de necesidades de capacitación real (Pastaz & Ruiz, 2020). Otros autores proponen una metodología basada en una investigación descriptiva, documental y de campo, por medio de la utilización de herramientas de investigación como: la ficha de observación que permite demostrar la situación actual de las empresas, la entrevista y la observación directa, con el fin de detectar la problemática suscitada in situ (Gómez, 2012).

Por tal motivo el proceso de Detección de Necesidad de Capacitación - DNC, tiene como finalidad descubrir, integrar y priorizar necesidades de capacitación a partir del análisis de las capacidades que le son requeridas a las personas para desempeñar adecuadamente las distintas actividades y roles laborales.

Para el desarrollo de esta investigación se presenta la metodología aplicada por (Carrión, 2005) en la que se menciona los pasos a seguir para realizar un diagnóstico de necesidades de capacitación efectivo:

Etapa 1: análisis de la situación (Estudio de Necesidades de Capacitación)



Un primer paso de este proceso será la búsqueda y detección de necesidades de capacitación de cada una de las empresas de turismo de las parroquias de San Francisco y El Sagrario, así como los conocimientos y competencias necesarias para el desempeño laboral.

Este proceso comprende cuatro fases:

1. Detección individual de Requerimientos de Capacitación
2. Caracterización de Necesidades de Capacitación por empresa
3. Síntesis de Necesidades de Capacitación por empresa
4. Consolidación de Necesidades Globales de Capacitación

Primera Fase:

Para la Detección individual de Requerimientos de Capacitación, se diseñó y aplicó una herramienta de levantamiento de información (entrevista) a todos los funcionarios involucrados. Esta entrevista no fue anónima dado que las necesidades o brechas de competencias son propias de cada persona.

Segunda Fase:

Como segundo paso se procedió a realizar la Caracterización de Necesidades de Capacitación, esto se realizó una vez, aplicado el instrumento (entrevista) a cada una de las personas que forman parte de las empresas de turismo rural. La caracterización de necesidades está planteada de acuerdo con los criterios emitidos por parte de un equipo de capacitadores certificados, quienes plantearon las brechas de competencias que se encontraron y que están susceptibles de resolver mediante acciones de capacitación.

Tercera Fase:

Como tercer paso se realizó una Síntesis de Necesidades de Capacitación por empresa, esto mediante el registro de los hallazgos sobre una matriz que permita organizar de forma sencilla las necesidades de capacitación presentes en cada una de las empresas.

Una vez consolidados los resultados se analizaron y se establecieron las prioridades de capacitación de acuerdo con diferentes brechas detectadas, cabe recalcar que estas fueron trabajadas de acuerdo a su nivel de prioridad e importancia.

Cuarta Fase:

Para el desarrollo de esta fase se elaboró y se presenta un Consolidado de Necesidades Globales de Capacitación, que corresponde a la última fase del proceso. En este documento se deben agrupar las necesidades de capacitación en función de la demanda encontrada en cada una de las empresas de turismo rural de las parroquias de El Sagrario y San Francisco del cantón Cotacachi.

4 DISCUSIÓN, ANÁLISIS

En la actualidad los trabajos y las profesiones en la rama turística requieren de una constante actualización de contenidos, de manera que se pueda desarrollar una tarea o función de forma correcta, esto hace que los actores turísticos deban recibir formación específica ante estos incesantes avances (Peñaloza et al, 2011). En este sentido el capital humano se constituye como un factor estratégico para el logro de los objetivos de competitividad en las organizaciones turísticas de la parroquia de El Sagrario y San Francisco del cantón Cotacachi. El crecimiento económico del sector turístico viene determinado en gran medida por el desarrollo de sus recursos humanos (Lillo, 2012).

Para el desarrollo de esta pesquisa se determinó varias investigaciones de las cuales se presentan las más importantes. Los datos recopilados de estos artículos científicos corresponden a la forma como los resultados son interpretados por el investigador, y como otros autores dicen o han encontrado sobre el tema.

En este sentido se trata de dilucidar qué significan los resultados y por qué ocurrieron de ese modo las cosas.

Tabla 1: Artículos analizados

Nombre Artículo	Autor	Temática central
Diagnóstico de necesidades de capacitación para las ubpc de Pinar del Río	Mabel Caridad Prieto Olivera Raida Alicia Pérez-Marimón ²	En el logro de un buen DNC deben participar tanto los jefes inmediatos, como el personal involucrado con el puesto y ambos aportar datos precisos, verídicos y relevantes en cuanto a la información solicitada, para esto es recomendable que el personal que participe, tanto de una parte como de la otra, tenga conocimiento de la información que se maneje, la comprenda y contribuya a la ampliación de la misma.
El Diagnóstico de Necesidades de Capacitación es un Asunto Local	Efrén Méndez Morales	El objeto de estudio lo constituyen las necesidades de capacitación y/o formación de los funcionarios que laboran en las unidades programáticas de la CCSS. En este tipo de investigaciones el objeto está delimitado a este ámbito, sin embargo, en los diseños de diagnóstico debe aparecer descrito. Debe indicarse que, en este tipo de estudios, aflora un conjunto importante de deseos de capacitación que deben aislarse y descartarse debido a que no constituyen la esencia del objeto investigado. Una verdadera necesidad de capacitación resulta de la brecha de desempeño que presenta un funcionario de acuerdo con lo que sabe y lo que debe saber en relación con las políticas

		<p>institucionales, el tipo de producto o servicio que brinda la unidad programática y las funciones que realiza en su puesto de trabajo.</p> <p>Los deseos de capacitación resultan del espíritu de superación personal, normal en la mayoría de las personas pero que sin embargo, no deben incluirse en el cuadro de necesidades, dado su reducido impacto en la organización.</p>
--	--	---

Fuente: Elaboración propia

Nombre Artículo	Autor	Temática central
Diagnóstico de Necesidades de Capacitación en los funcionarios Públicos	Díaz de Casanova, Peggy Hernández, Maydelis Pérez, Yamilet	<p>El entorno empresarial es un agente de constante cambio y cada día se globaliza más y más. Es por ello, que solo las organizaciones que cabalgan a la vanguardia de estas innovaciones, son las más capaces en adaptarse al entorno.</p> <p>La formación profesional según Hill (2007, p12) “constituye la primera etapa de desarrollo de un individuo o grupo de individuos que se caracteriza por una programación curricular en alguna disciplina y que permite a quien la obtiene alcanzar niveles educativos cada vez más elevados. En general son programas a mediano y largo plazo”.</p>
Diagnóstico de Necesidades de Capacitación para el personal de animación y entretenimiento en el hotel Marival Resort Nuevo Vallarta	Carlos A. Navarrete Cueto, Maira Rosalía Flores Peña, Mónica Guzmán Pérez, Omar de la Rosa Martínez	<p>Por lo regular quienes laboran en el área de animación y recreación turística tienen estudios técnicos de inglés, no cuentan con la carrera técnica bachiller de turismo y muy pocos son licenciados en turismo o carrera afín, en algunos casos no tienen nada que ver con el turismo y por azares del destino están en ese lugar haciendo su mejor esfuerzo en torno a la animación y recreación turística.</p>

Fuente: Elaboración propia

El análisis de la literatura científica permitió determinar los aspectos más relevantes de cada una de las investigaciones en relación al tema de estudio. Para Prieto & Pérez (2011) el entrenamiento es generalmente aceptado como una de las mejores soluciones para incrementar la productividad de las organizaciones mediante la mejora de las habilidades y el conocimiento de los empleados. Por otro lado (Méndez, 2004) hace un énfasis en el sentido de la planificación de la capacitación y el desarrollo del talento humano como clave para la determinación del destino de las organizaciones, que más allá de tomar una postura reactiva frente al entorno cambiante del mercado turístico, se enfoca en el entrenamiento como solución específica frente a los problemas y contingencias diarias.

Consecuentemente Casanova, Hernández, & Yamilet, (2018) manifiestan que para que la capacitación pueda tener un sentido estratégico es vital que se ajuste a las necesidades de la organización. Con este propósito, el diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC) se aproxima a las necesidades del negocio, las características del cargo actual y de las personas que ocupan el cargo, presentando una visión tridimensional del proceso de capacitación, y finalmente (Navarrete, Flores ,



Guzmán, & de la Rosa , 2019) sostienen que la capacitación puede ser efectiva, únicamente si resuelve un problema que es causado por la falta de conocimiento, competencias y habilidades. Es por esta razón que el Diagnóstico de Necesidades de Capacitación es particularmente necesario en el ámbito cambiante de hoy. En consecuencia el objetivo del diagnóstico de necesidades de capacitación es garantizar que la formación se ocupe de los problemas existentes, se adapte a los objetivos actuales y futuros de la organización y además, se realice de una manera eficaz y rentable.

En concordancia con las investigaciones realizadas se exponen las dificultades y deficiencias que presentan los propietarios y colaboradores, de las empresas turísticas de las parroquias El Sagrario y San Francisco del cantón Cotacachi, por medio de la estructuración de una matriz FODA con el propósito de identificar y diagnosticar el entorno en el que se desenvuelven las empresas turísticas.

Bryant, (2002) la define esta matriz como el “estado general de interpretación de los datos a la luz de la totalidad de la evidencia disponible, incluidas las fuentes de sesgo e imprecisión (validez interna) y la discusión de la validez externa, como se detalla en la tabla 2.

Tabla 2: Matriz Foda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Espacios con un ambiente tranquilo para la realización de capacitaciones. - Evidencia de actividades de capacitación en beneficio de los empleados. - Motivaciones personales a la hora de planificar una capacitación. - Se evidencia información en costumbres tradiciones ancestrales propias de la localidad para el estudio y elaboración de un plan una capacitación. - Comunidades organizadas para la realización de capacitación. - Conocimientos complejos en formación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Convivencia de interacción entre los colaboradores turísticos. - Actividades en las comunidades y la parroquia para beneficios económicos. - Capacitación con más aptitudes y valores. - Servicios de calidad en la atención al cliente.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Insuficiencia de capacitadores apto para el cambio de visión en los empleados encargadas en el ámbito turístico. - Poca ayuda por parte de máximas autoridades. - Escasa atención en dar información a los turistas que les interesan de esos temas. - Problemas en brindar un correcto servicio turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de inversión por parte de autoridades competentes. -Falta de información sobre el turismo rural. -Falta de apoyo con otras empresas turísticas en brindar capacitaciones. -Contratación personal de capacitadores en ámbitos turísticos, pero sin adaptación en los procesos. - Falencias por parte de las autoridades públicas en detallar información de turismo rural y urbana de los sitios y establecimientos turísticos.

Fuente: Elaboración propia

La matriz FODA, permitió observar aspectos positivos y negativos que presentan las organizaciones turísticas de las parroquias El Sagrario y San Francisco del Cantón Cotacachi.

De los hallazgos que arroja la matriz FODA, la fortaleza más relevante se refiere a empresas con espacios y un ambiente tranquilo para la realización de capacitaciones, sin embargo, en



contraposición la debilidad más notoria se refiere a la poca planificación por parte de los organismos públicos y privados.

Dentro del aspecto oportunidades se destaca la diversidad de actividades turísticas que se puede desarrollar en las comunidades y las parroquias como medio para obtener un beneficio económico que permita mantener un turismo sustentable y sostenible. Finalmente se considera que la mayor amenaza corresponde a la insuficiencia de capacitadores en temas de turismo, que permitan mejorar sustancialmente el desempeño diario de las empresas sobre todo cuando la capacitación en las empresas turísticas del cantón Cotacachi y sus parroquias, deben concebirse precisamente como modelos de educación y formación de competencias técnicas, a través de los cuales es necesario primero, formar una cultura de identidad empresarial, basada en los valores sociales de productividad y calidad en las tareas operativas (Reyes & Óscar, 2011).

Con base en lo citado anteriormente, se pudo obtener una visión real del estado actual de los servidores turísticos respecto al tipo de conocimientos que poseen, con que habilidades cuentan y que nivel de instrucción tienen, evidenciando así lo importante de contar con un diagnóstico sobre la necesidad de capacitación que presentan las empresas del sector turístico del cantón Cotacachi. Cabe mencionar como dato importante, que las personas que se dedican al turismo en el cantón Cotacachi, a lo largo de los años vienen desarrollando un conocimiento empírico, la mayoría de ellos con base en años de experiencia sirviendo al turista y superando las dificultades que se presentan en la parte operativa día a día, llegando a ser este el factor responsable de la mala calidad en la prestación del servicio, ocasionando insatisfacción en el turista por los servicios recibidos.

5 RESULTADOS

Acorde a la investigación realizada y a los datos expuestos, se muestran las dificultades y deficiencias que presentan los propietarios y colaboradores de los establecimientos turísticos en los campos de: manejo de tecnología, procesos administrativos, comunicación asertiva, atención al cliente, ventas e información turística, los datos muestran que todos estos establecimientos presentan dificultades graves, esto se debe en gran medida por la falta de compromiso y acompañamiento por parte de los gobiernos locales, mediante la ejecución de programas de capacitación, lo cual ocasiona que los servidores turísticos tengan un menor conocimiento de los procesos dentro de las actividades turísticas.

A continuación se presenta una matriz con las necesidades de capacitación que presentan las empresas de turismo de las parroquias El Sagrario y San Francisco de Cotacachi.

Tabla 3: Matriz de las necesidades de Capacitación

Matriz de las necesidades de Capacitación			
Problemáticas	Requerimiento	Propuesta	Solución
Manejo de idiomas.	Trabajadores que sepan hablar diferentes idiomas en especial inglés.	Brindar cursos de inglés por parte de los dueños al personal de recepción.	Invertir en capacitaciones de idiomas para el personal de recepción.
Registro en programas de office.	El personal contratado debe tener conocimientos sobre el uso de programas de office para la recepción.	Conocimiento en el manejo de programas de office como Excel y Word.	Gestionar talleres de capacitación para el manejo de programas de office.
Manejo de sistema de documentos.	Personal que maneje matrices para el registro de actividades que realizan los huéspedes.	Los establecimientos deberían utilizar diferentes documentos para el registro de actividades.	Crear diferentes matrices para el registro de actividades.
Manejo de reservas.	Los establecimientos deben tener varias formas de reserva para facilitar al cliente su alojamiento.	Contar con aplicaciones que ayudan al recepcionista a llevar un buen control de las reservas.	Investigar las diferentes aplicaciones que existen para la realización de reservas.
Formas de pago.	Los establecimientos deben contar con varios medios para que el cliente puede realizar su pago.	Brindar capacitaciones al personal mediante diferentes instituciones financieras.	Contratar un especialista en finanzas para que guie al personal en cuanto a las formas de pago.
Manejo de la tecnología.	Estar siempre informado en la evolución de la tecnología.	Adquirir nuevos equipos tecnológicos.	Capacitar al personal en el manejo de los nuevos equipos tecnológicos.
Comunicación asertiva.	Interés por parte de los propietarios en mantener la comunicación de una manera eficiente.	Contar con procesos de capacitación en comunicación oral y escrita.	Capacitar al personal en comunicación efectiva.

Fuente. Elaboración Propia.

Una vez identificadas las dificultades y con la muestra obtenida del análisis de las entrevistas se procedió a revisar los hallazgos de la investigación. Es así que los resultados arrojan cinco puntos de interés para quienes propongan ejecutar un programa de capacitación. Estos puntos son: la comunicación asertiva, el manejo de tecnología, idiomas, procesos administrativos, ventas y servicio o atención al cliente, siendo la última la más relevante que se debe priorizar y cubrir en relación a la demanda de los servicios turísticos.

En este sentido la capacitación en atención al cliente es la primera prioridad de los establecimientos dedicados al turismo, esta necesidad se convierte en un aspecto fundamental para el desarrollo del turismo en este sector, bajo esta percepción se vuelve necesario e importante que los colaboradores mejoren sus conocimientos, habilidades y destrezas, de manera que puedan ofrecer un servicio de calidad a cada uno de los clientes, además de generar un valor agregado al negocio, de manera que permita la fidelización de los clientes, siendo estos el motor clave para el desarrollo turístico de las organizaciones.

El segundo punto de interés o prioridad de capacitación está en los procesos administrativos, aunque los propietarios de los establecimientos turísticos desarrollen una administración empírica, se



considera que es necesario reforzar estos conocimientos, esto con el fin de medir el cumplimiento de los procesos por medio de indicadores y resultados.

El manejo de tecnología como tercer punto importante o prioridad de capacitación. Cuando se emprende un negocio es necesario contar con los conocimientos necesarios en tecnología y manejo de equipos de última tecnología, ya que se convierten en acciones vitales para poder promocionar, vender y para relacionarse con el cliente y la sociedad.

La comunicación asertiva es el siguiente punto de interés, los propietarios de estos establecimientos en su mayoría son personas de avanzada edad. Bajo esta apreciación, mencionar que se debería considerar la importancia del manejo adecuado de la comunicación y el aprendizaje básico del idioma inglés punto primordial dentro del servicio al turista.

Finalmente la necesidad de capacitación en ventas. En el turismo es necesario saber vender. La capacitación en ventas sirve como motor de desarrollo empresarial ya que brinda herramientas que estén enfocadas en facilitar la venta de una mejor manera y con un mayor volumen.

No obstante, es importante mencionar que las entidades estatales deben prestar especial atención en estos puntos de capacitación para poder solventarlos y brindar una mayor experiencia dentro de la actividad turística. Los servidores turísticos deben estar dispuestos a recibir capacitaciones que les permitan adquirir de forma exitosa una buena relación con el turista. Adicional a esto las empresas deben tomar la iniciativa y desarrollar programas con capacitadores expertos en cada uno de los temas antes mencionados con el fin de mejorar la experiencia del turista, dentro de las Parroquias.

Para finalizar se debe mencionar que a pesar de que la mayoría de las empresas de turismo rural de la parroquia El Sagrario y San Francisco pretendan dar el soporte necesario a los clientes y planteen la no necesidad de capacitación, estas comienzan a ser relevantes hasta que las empresas empiecen a afrontar problemas en estos aspectos, solo ahí las empresas entenderán la necesidad de implementar programas de capacitación sobre las estrategias de la calidad del servicio.

Cabe mencionar que las empresas que no escuchan ni responden a las necesidades de sus clientes pueden experimentar serias dificultades durante la fidelización. Por esta razón es necesario que estas empresas aseguren que cada uno de los servicios brindados a los clientes se lleve a cabo de una manera que los haga sentir únicos y especiales, es por esto que se presentan a continuación una serie de competencias que solo se pueden alcanzar por medio de las capacitaciones.

Tabla 4: Competencias a adquirir por medio de capacitaciones

Competencias a adquirir por medio de capacitaciones				
Administración de establecimientos	Idiomas	Atención y servicio al cliente	Hospitalidad	Cultura de calidad
Control de presupuestos	Manejo Inglés técnico	Atención a clientes	Brindar un servicio de calidad	Organización turística
Conocimientos en la tecnología	Manejo de Francés básico	Atención a los niños	Manejar buenos hábitos	Comportamiento social
Publicidad	Kichwua	Atención a los discapacitados	Manejo con cada uno de los tipos de clientes.	Aprendizajes en áreas de turismo
Marketing y promoción	Castellano	Atención a personas extranjeras y locales	Habilidades propias para el puesto de informador gestor.	Metas y objetivos
Comunicación	Comunicación	Experiencia del cliente	Conocimiento de las necesidades del cliente.	Conocimiento productos locales
Gestión empresarial	Lingüística	Emoción de turistas	Conocimiento y correcta utilización de las normas de protocolo	Conocimiento de los territorios
Gestión empresarial y Comercial	Gramática	Manejo de problemas	Utilización del idioma del cliente de forma oral y escrita.	Seguridad y protección del consumidor
Analista y planificador en programas de capacitación	Fonética	Asistencia al cliente	Servicios culturales y de entretenimiento.	Principios de la mejora continua

Fuente. Elaboración Propia

6 CONCLUSIONES

El turismo viene atravesando grandes cambios, las necesidades y exigencias de los turistas son cada vez más fuertes, esto hace que las empresas deban promover e implementar una cultura de aprendizaje constante, que permita a los empleados perfeccionar sus habilidades y destrezas profesionales. Siendo importante para toda empresa realizar diagnósticos periódicos que permitan generar procesos planificados de capacitación continua basados en las necesidades de los clientes.

El Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 propuesto por el ejecutivo tiene como propósito reactivar al turismo y convertirlo en una actividad económica sostenible cuyo aporte al bienestar y riqueza del país sea reconocido y valorado (MINTUR, 2021) esta propuesta se asocia con el desarrollo de capacidades laborales de los actores turísticos del cantón Cotacachi. En este sentido la generación de conocimiento se logra mediante la implementación de estrategias orientadas a promover la reflexión y la sistematización del conocimiento mediante la práctica diaria que le permitan enfrentar situaciones significativas ligadas al entorno.

Siempre se debe dirigir la aplicación de un DNC hacia la preparación del personal, es mejor contar con profesionales especializados en turismo que tengan la capacidad de adaptar la metodología a los diferentes grupos objetivos durante el proceso de enseñanza aprendizaje. Como resultado los establecimientos deben monitorear en el personal a su cargo variables como: conocimientos,



habilidades, destrezas, experiencia y actitudes, además de establecer la caracterización del perfil correspondiente al puesto que desempeña.

Es necesario que los propietarios de cada empresa turística destinen un porcentaje del presupuesto generado anualmente para la implementación de un plan de capacitación que permita fortalecer las capacidades individuales y colectivas de los prestadores de servicios del cantón Cotacachi. Por lo expuesto se evidencia que el turismo es una de las actividades económicas que presentan un crecimiento sostenido y sustentable, con una creciente demanda, que exige una mayor generación de experiencias personalizadas y de calidad, por lo que se manifiesta una necesidad expresa y fundamental del mejoramiento continuo en competencias laborales sectoriales.



REFERENCIAS

- Carrión , H. (2005). DNC: Detección de Necesidades de capacitación. Academia.
- Cobo, F. B. (2009). El sistema turístico enclave de marketing relacional. Anuario jurídico y económico.
- Peñaloza et al, L. (2011). La profesión turística: ejes de explicación en su relación con la formación académica. scielo.
- Acerenza, M. (2007). Reflexiones sobre la planificación del turismo en Latinoamérica.
- Aguilera, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. Scielo.
- Asociación de Municipalidades del Ecuador. (2019).
- Barquera, Y. (2021). La importancia de realizar un acertado Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC). IDESSAA.
- Bielza, V., & Bohl, R. (2012). Ordenación territorial y turismo en Latinoamérica: el caso peruano. Revista Geográfica.
- Bravo, D. (2017). Estudio de factibilidad para la ampliación de la casa de Húspedes Patricia Morales en la comunidad Turucu, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura. Tesis de grado.
- Bravo, L. L. (2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL. Revista ECA Sinergia.
- Bryant. (2002). Presentación de información gráfica. Pediatric Allergy and immunology.
- Castelluci, D. (2009). La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros. Redalyc.
- Chicaiza, R., Lastra, J., & Yáñez, J. (2014). La marca país: su origen y evolución - caso Ecuador. Reunir.
- Dávalos, X., Pinargote, M., & Brusil, G. (2019). Una mirada desde el turismo sustentable hacia la provincia de Imbabura - Ecuador. Espacios.
- de Casanova, Hernández, & Yamilet. (2018). Diagnóstico de necesidades de capacitación en los funcionarios públicos. RECITIUTM.
- de la Parra, E. (mayo de 2012). COFIDE Capacitación empresarial.
- Díaz, C., Gómez, D., & De la Osa, V. (2008). METODOLOGÍA PARA LA DETERMINACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN. FOLLETOS GERENCIALES.
- Díaz, Y. (2018). Diagnóstico de necesidades de capacitación. Centro de Gestión Administrativa SENA.
- Gómez , M., González, B., & Billalonga, Y. (2019). Estrategias para el desarrollo sostenible y sustentable del Geoparque Imbabura, Ecuador. Explorador digital.
- González, L. (1993). Nuevas relaciones entre educación, trabajo y empleo en la década de los 90. Revista Iberoamericana de Educación, trabajo y empleo.



Granados, M., & Amaru, M. (2013). EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS LABORALES Y LA FORMACIÓN DE LOS PROFESIONALES EN TURISMO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS, AÑO 2013. *Gestión en el tercer Milenio*.

Lambogglia, J. C. (2013). ANÁLISIS DEL TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN EL CRECIMIENTO. *flacsoandes.com*.

Lillo, A. (2012). El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas. *Papers de turismo*.

López, L. A. (2009). Sistema integrado de gestión para empresas turísticas. ICESI.

Lozano, C. (2015). Plan de Desarrollo Turístico en parroquia rural.

Méndez, E. (2004). El Diagnóstico de Necesidades de. *Scielo*.

Mesa, R. (septiembre de 2018). *business school*.

Morillo, M. &. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Ciencias Sociales*, 111-131.

Municipio de Cotacachi. (2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotacachi. En M. d. Cotacachi.

Navarrete, C., Flores , M., Guzmán, M., & de la Rosa , O. (2019). Diagnóstico de Necesidades de Capacitación para el personal de animación y. *KIKAME*.

Organización Mundial del Turismo. (2012).

Polo, M. (2003). *Scielo*.

Prieto, M., & Pérez , R. (2011). DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN. *CITMA*.

Quinga, M. (2013). Elaboración de un video interactivo de las actividades y atractivos turísticos del cantón Cotacachi. Tesis de grado.

Reyes , J. (1 de Octubre de 2019). ESTRATEGIAS DE SERVICIO;COMPETITIVIDAD;DIAGNÓSTICO;DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO. Obtenido de Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5084>

Reyes, M., & Óscar, R. (2011). Las necesidades de capacitación de empresarios de MIPYMES del valle de Méxicali. *Dialnet*.

Santamaría, E. J. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Redalyc*.

Silva, J. (2018). Diseño de productos turísticos. Madrid: Paraninfo.

Torres, S. (2016). La capacitación como estrategia de desarrollo turístico para las comunidades: Caso Centro Shuar Tsuer Entsa, Naranjal. *SCIELO*.



turismo, M. d. (15 de abril de 2021). Plan Sectorial de Turismo 2021-2024. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf
UNWTO. (2021). Statista.

Valle, A., Barca, A., González, R., & Nuñez, J. (1999). Las estrategias de aprendizaje revisión teórica y conceptual. *Revista Latinoamericana de Psicología*.

Varisco, C. A. (2016). *Turismo Rural: Propuesta Metodológica*. Pasos.