



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE TURISMO

“ADECUACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA EN EL CANTÓN  
NABÓN, SECTOR UCUMARI”

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN TURISMO

AUTORAS:

DIANA KAROLINA AVILA SAQUICELA

ANGÉLICA MARÍA LAZO ROCANO

TUTOR:

ING. RICARDO ESCANDÓN

CUENCA-ECUADOR

2016

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, por darme la vida y por guiarme por el camino correcto. De manera especial a mi mamá Gloria, por ser la persona que siempre me ha apoyado en todo durante mi carrera universitaria. A mi papá, hermanos y amigos/as por su apoyo incondicional. Y finalmente a los profesores, quienes me guiaron en todo momento para cumplir esta meta.

Angélica

En primer lugar agradezco a Dios por darme la vida y por permitirme llegar hasta el final de esta etapa; a mi mamá por ser mi pilar fundamental y por apoyarme siempre a pesar de la distancia; también agradezco a mi tía Lola por estar presente en cada una de las etapas de mi vida, a mi familia en general porque de una u otra manera estaban pendientes de mí y a todos los profesores con quienes tuve la oportunidad de compartir y aprender de ellos.

Diana

### **Agradecimiento especial**

Agradecemos de manera especial a nuestro tutor el Ing. Ricardo Escandón, que durante todo el proceso del proyecto nos ayudó con sus conocimientos y a toda la comunidad de Ucumari, por haber permitido la realización de nuestro proyecto de grado, además por el apoyo brindado durante todo el transcurso del mismo y por la confianza que depositaron en nosotras la familia Chillogallo especialmente.

Angélica y Diana

## Índice de contenido

Agradecimiento.....	II
Agradecimiento especial.....	III
Resumen.....	VIII
Abstract.....	IX
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. DIAGNÓSTICO CONTEXTUAL DEL CANTÓN NABÓN, SECTOR UCUMARI.....	3
Introducción.....	3
1.1. Nabón.....	3
1.1.1. Parroquia El Progreso.....	6
<b>1.1.1.1. Comunidad de Ucumari.....</b>	<b>8</b>
1.2. Matriz de Evaluación.....	9
1.3. Matriz de Involucrados.....	9
1.4. Matriz de Actores.....	10
1.5. Matriz de Proyección.....	10
1.6. Marco Legal.....	10
1.6.1. Ley de Turismo.....	11
1.6.2. Reglamento General de las Actividades Turísticas.....	12
1.6.2. Código Ético.....	12
1.7. Marco Teórico.....	14
1.7.1. Centro de Interpretación Turística.....	14
1.7.2. Funciones de un Centro de Interpretación.....	16
1.7.3. Objetivo de un Centro de Interpretación.....	16
1.7.4. Estado del arte.....	17
Conclusión.....	20
CAPÍTULO II.....	21
2. DISEÑO DEL MATERIAL INFORMATIVO PARA EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN.....	21
Introducción.....	21
2.1. Diseño publicitario.....	22
2.2. Elementos de la publicidad.....	23
2.3. Clases de diseño publicitario.....	24
2.4. Propuesta del diseño del material interpretativo.....	26
2.4.1. Afiches informativos.....	27

<b>2.4.1.1. Información del Afiche:</b> Historia del turismo en Ucumari .....	27
<b>2.4.1.2. Información del Afiche:</b> Ubicación .....	28
<b>2.4.1.3. Información del Afiche:</b> Caña de Azúcar .....	29
<b>2.4.1.4. Información del Afiche:</b> Cultivo de Guineo .....	30
<b>2.4.1.5. Información del Afiche:</b> Pan en horno de leña .....	31
<b>2.4.1.6. Información del Afiche:</b> Piscinas naturales.....	32
<b>2.4.1.7. Información del Afiche:</b> Cueva de los Murciélagos .....	33
<b>2.4.1.7. Información del Afiche:</b> Deportes Extremos .....	34
<b>2.4.1.8. Información del Afiche:</b> Productos de la región .....	35
<b>2.4.1.9. Información del Afiche:</b> Trapiche.....	36
<b>2.4.1.10. Información del Afiche:</b> Especies nativas.....	37
2.4.2. Folletos informativos .....	38
2.4.3. Letreros informativos.....	41
2.4.4. Banner promocional.....	42
Conclusión .....	42
CAPÍTULO III.....	43
3. ADECUACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN .....	43
Introducción .....	43
3.1. Etapas del trabajo de adecuación .....	45
3.1.1. Primera etapa .....	45
3.1.2. Segunda etapa .....	45
.....	46
3.1.3. Tercera etapa.....	46
3.1.4. Cuarta etapa .....	47
3.1.5. Quinta etapa .....	47
3.1.6. Sexta etapa .....	49
3.1.7. Séptima etapa .....	50
Conclusión .....	51
CAPÍTULO IV.....	52
4. CAPACITACIÓN A LOS GUÍAS EN EL TEMA DE “ATENCIÓN AL CLIENTE” .....	52
Introducción .....	52
4.1. Atención al Cliente.....	53
4.2. El Cliente .....	53
4.3. Ciclo de la comunicación.....	53

4.3.1. Comunicación verbal .....	54
4.3.2. Comunicación no verbal .....	54
4.3.3. Comunicación Efectiva .....	54
4.4. Normas básicas de cortesía para la atención al cliente.....	54
4.5. Tipos de clientes .....	55
4.6. Como tratar a los clientes.....	56
4.6.1. Palabras claves durante la atención al cliente .....	56
4.7. Pérdida de clientes .....	57
4.8. Consejos para el cliente, antes de hacer uso del servicio .....	57
4.9. Problemas con los clientes y atención a las quejas .....	58
4.10. El lugar donde se atiende al cliente debe tener los siguientes aspectos a considerar.....	59
4.11. Casos prácticos.....	61
Conclusión .....	64
ANEXOS .....	66
Matrices .....	66
Matrices: Matriz de Evaluación .....	66
Matrices: Matriz de Involucrados .....	67
Matrices: Matriz de Actores.....	69
Matrices: Matriz de proyección .....	70
Esquema Lógico Básico.....	72
Marco lógico .....	73
Marco lógico 1 .....	74
Marco lógico 1 .....	75
Marco lógico 2.....	76
Marco lógico 2.....	77
Marco lógico 3 .....	78
Marco lógico 3 .....	79
Anexos .....	81
Fotografía 1: Reconocimiento del lugar.....	81
Fotografía 2: Comida comunitaria .....	82
Fotografía 3: Reunión con Asociación de turismo comunitario Ucumari .....	83
Fotografía 4: Minga de limpieza.....	84
Fotografía 5: Recolección de madera.....	84
Fotografía 6: Pulido y barnizado de bancos.....	85

Fotografía 7: Elaboración de la puerta y ventanas .....	86
Fotografía 8: Colocación de las ventanas .....	87
Fotografía 9: Siembra de plantas .....	88
Fotografía 10: Capacitación .....	89
Fotografía 11: Lista de asistencia de los participantes en la capacitación. ....	90
Fotografía 12: Acta de culminación del proyecto. ....	93
Bibliografía .....	94

## **Resumen**

El proyecto de grado tuvo la finalidad de adecuar un Centro de Interpretación Turística en el cantón Nabón, sector Ucumari, de modo que contribuya al desarrollo de la actividad turística de la comunidad, mejorando de manera interactiva los atractivos turísticos más sobresalientes del turismo comunitario.

La metodología empleada para la elaboración de este trabajo fue dual, en la que se incluyó una investigación bibliográfica, visitas de campo y análisis de documentos públicos. Todos estos recursos fueron esenciales para realizar la adecuación del centro de interpretación turística, utilizando materiales de la zona e impartiendo capacitaciones a los pobladores.

Con este proyecto se busca fomentar el desarrollo de las actividades turísticas, generar una fuente de ingresos económicos para los miembros de la Asociación de Turismo Comunitario de Ucumari y conservar sus costumbres y tradiciones.

**Palabras claves:** Interpretación turística, Turismo comunitario, Desarrollo, Comunidad.

## ABSTRACT

This project aims to adapt a tourist interpretation center located in the canton of Nabón, *Ucumari* sector, so as to contribute to the development of the tourism activity in the community by improving in an interactive way, the most outstanding community tourism attractions. The methodology used for the development of this work was dual, which included bibliographic research, field visits and an analysis of public documents. All these resources were essential for the adaptation of the tourist interpretation center, as well as the use of local materials and the training provided to its inhabitants. This project seeks to promote the development of tourism activities, generate a source of income for the members of *Ucumari* community tourism Association, and preserve their customs and traditions.



  
Translated by,  
Lic. Lourdes Crespo

## **Introducción**

La comunidad de Ucumari, perteneciente al cantón Nabón, se encuentra en etapa de crecimiento y perfeccionamiento de su turismo comunitario, con la finalidad de ser reconocidos a nivel local y nacional.

Para aportar en este objetivo comunitario, se propuso la adecuación del Centro de Interpretación Turística, ya que éste es un espacio y herramienta que permite a la comunidad comunicar, informar e interpretar de manera técnica y organizada los lugares de importancia turística de su zona geográfica.

El proyecto de adecuación se divide en cuatro capítulos cronológicos, los mismos que se detallan a continuación.

El primer capítulo contiene investigaciones de fuentes bibliográficas, análisis de documentos públicos y visitas de campo, lo que permite un correcto desarrollo del diagnóstico contextual, tanto del turismo comunitario como de los recursos que posee la comunidad de Ucumari.

El segundo capítulo presenta el diseño del material informativo para el Centro de Interpretación Turística, con la información extraída de la Asociación de Turismo Comunitario. El material físico estará expuesto en forma de flyers, afiches y folletos promocionales.

El tercer capítulo contiene el proceso de adecuación del Centro de Interpretación Turística de la comunidad Ucumari. En éste se muestra la elaboración de ventanas, bancos y una puerta con la utilización de materiales propios del lugar. Durante este proceso también se realizaron las instalaciones eléctricas y finalmente se colocaron los materiales informativos.

El cuarto capítulo se enfoca en una capacitación técnica para los guías del Centro de Interpretación Turística con el tema “Atención al Cliente”. Ésta fue desarrollada junto con la participación de los miembros de la Asociación de Turismo Comunitario y dirigida por las ejecutoras del proyecto, con una excelente acogida por parte de la comunidad. Luego de terminados el proyecto y la capacitación se deja el módulo de “Atención al Cliente” en el Centro de Interpretación Turística, con la finalidad de que pueda ser utilizada por el personal a cargo de la atención.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO CONTEXTUAL DEL CANTÓN NABÓN, SECTOR UCUMARI**

#### **Introducción**

El presente capítulo expone el diagnóstico situacional del cantón Nabón y de la comunidad de Ucumari, a través de una investigación de campo (entrevistas) realizada a hombres y mujeres nativos de la zona, para conocer más a fondo datos generales, demográficos, geográficos y demás características importantes del lugar y sus habitantes. Los datos son fundamentales para la ejecución del proyecto.

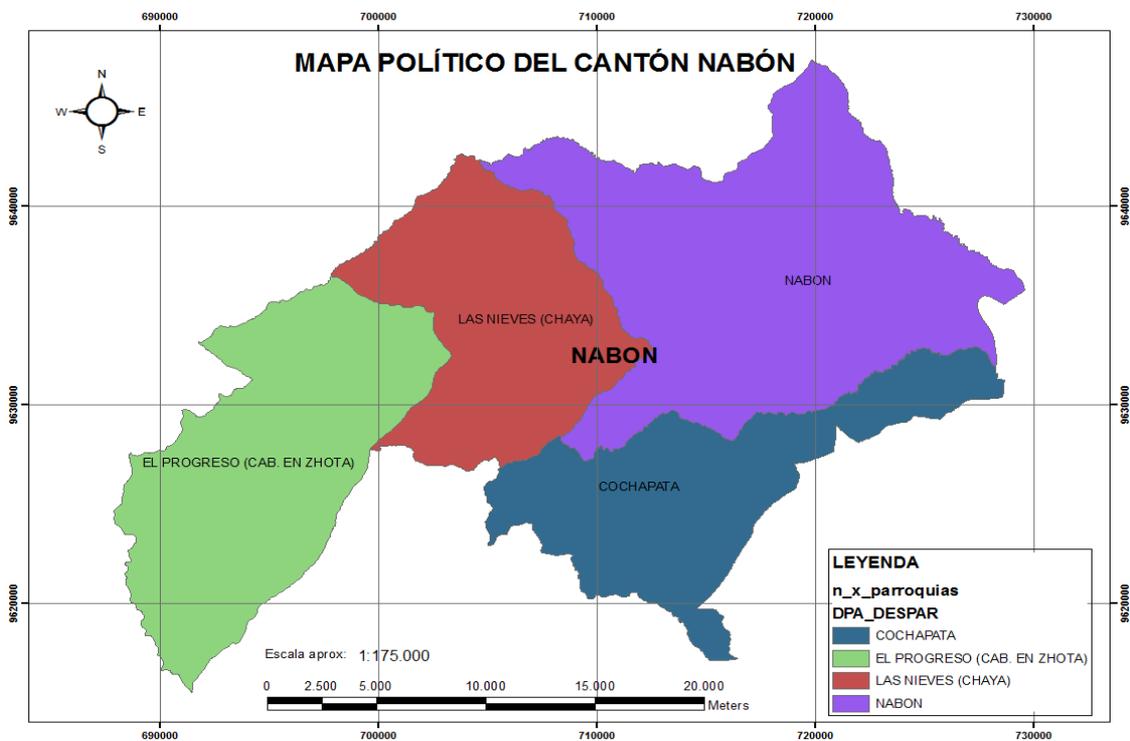
Por otro lado, se hizo también un estudio sobre la creación de los centros de interpretación, su funcionalidad, los tipos de centros, la parte legal a la que debe regirse, entre otros temas importantes. El estudio permite determinar la importancia que tiene la creación de un centro de interpretación y cuál es su aporte para el desarrollo de las actividades turísticas de la zona.

#### **1.1. Nabón**

“El cantón Nabón está localizado al sur-este de la provincia del Azuay, con una superficie de 63.328,18 hectáreas. Limita al Norte con los cantones Girón y Sigsig, al Este con los cantones Gualaquiza y el cantón 28 de Mayo (Yacuambi) de Zamora Chinchipe, por el Sur con el cantón Oña y por el Oeste con los cantones Saraguro, Santa Isabel y Girón.”  
(Hinostroza 6)

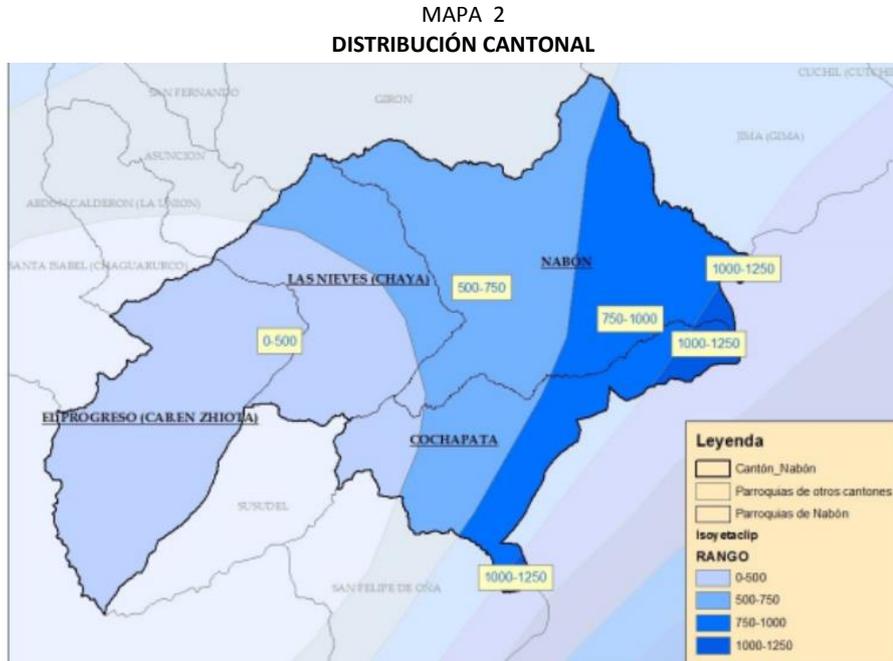
El cantón Nabón se encuentra a 69 kilómetros de la ciudad de Cuenca, conectado por la Vía Panamericana con dirección hacia la provincia de Loja. Está conformado por cuatro parroquias: Nabón (Cabecera Cantonal), Cochapata, Las Nieves y El Progreso. Además por las comunidades indígenas: Chunazana, Puca y Zhiña, que por su naturaleza gozan de un tratamiento especial.

MAPA 1  
MAPA GEO-REFERENCIAL DEL CANTÓN NABÓN



Autores: Diana Avila y Angélica Lazo  
Fecha: Diciembre 2015

A continuación se observa un mapa que indica la ubicación y geo-referenciación de cada parroquia y comunidad, antes mencionadas:



Autores: **Diana Avila y Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

Gracias al “*Plan de Ordenamiento Territorial de Nabón*” se ha podido obtener información acerca de la situación del cantón, en temas de descripción geográfica, demográfica, salud, educación, vivienda, entre otros que se exponen a continuación:

El cantón se encuentra rodeado de grandes elevaciones montañosas que le ayudan para que su topografía sea irregular, encontrándose así a 3.000 m.s.n.m. cuya altitud ha aportado para que este cantón tenga una temperatura que oscila entre los 8 y 20°C, a más de contar con una extensión territorial de aproximadamente 668.2 km, la cual en sus alrededores está cubierta por una exuberante vegetación.

Según datos del *INEC*, en Nabón existe una población aproximada de 15.892 habitantes, entre los cuales 8.552 son hombres y 7.340 son mujeres. Es importante mencionar que en este cantón se encuentra una población indígena muy considerable con un 29%.

La economía de este cantón está caracterizada por las actividades agropecuarias, agrícolas, comerciales, artesanales, turísticas y de servicios; siendo las agropecuarias las que tienen mayor importancia. Otro aspecto importante son los flujos de remesas tanto de la migración interna como internacional.

En cuanto al servicio de educación, hoy en día existen 54 escuelas, distribuidas en las cuatro parroquias, además hay ocho colegios de los cuales cuatro son presenciales y cuatro son a distancia, esto facilita que los jóvenes puedan estudiar y trabajar a la vez.

Algo que se puede destacar del cantón es que un 75% de la población cuenta con alcantarillado y servicios básicos y sólo un 25% no cuenta con estos servicios aún, por lo general comunidades indígenas. También cabe recalcar que en Nabón se encuentra la sede de los Distritos de Educación y Salud del Azuay.

### **1.1.1. Parroquia El Progreso**

“Antiguamente a la parroquia El Progreso se le conocía con el nombre de “Santa Rosa de Zhota” que significa loma y quebrada según toponimia de Oswaldo Vásquez. Santa Rosa de Zhota formó parte de una hacienda grande de Susudel que fue propiedad de la familia Valdivieso y en el año 1926 se procede a la respectiva venta de la hacienda dividiéndose en 10 lotes mayores. Zhota durante muchos años perteneció a la parroquia Oña del cantón Girón, tanto en el aspecto civil y eclesiástico. En la presidencia del Dr. José María Velazco

Ibarra se consigue la parroquialización el 28 de julio de 1961, y después de tres meses fue parroquializado con el nombre El Progreso.” (GAD El Progreso)

El Progreso es una de las parroquias más alejadas del cantón Nabón y su acceso es por la comunidad De la Paz. Se encuentra ubicado a 75 km de Cuenca y a 5 km de la vía principal. La parroquia está conformada por las comunidades de: Poetate, La Merced, Corraleja, Napa, La Cría, San Isidro, Sauceloma, Ucumari, Cuzho, El Progreso Centro, Rambran, Yarigzagua, El Molino, Cochaseca y Quillosisa. Su población es de 2.012 habitantes.

En lo referente a educación, la parroquia cuenta con 10 establecimientos, de los cuales nueve son de Educación Básica y uno es de Bachillerato; en algunos casos, hacer uso de este servicio se vuelve complicado, ya que los establecimientos se encuentran muy distantes, lo que de alguna manera influye en la migración entre sus habitantes.

Otro servicio disponible dentro de la parroquia es el de salud, gracias a un puesto ubicado en el centro; sin embargo, resulta un poco dificultoso para aquellas comunidades alejadas, debido a la falta de transporte regular; no obstante, de manera ocasional las comunidades reciben atención personalizada a través de unidades móviles, y sólo de ser necesario son remitidos a la ciudad de Cuenca.

En relación a servicios de telecomunicación únicamente opera la cobertura celular de Otecel S.A.

El sistema de transporte es deficiente, debido a que existe una sola cooperativa con pocas frecuencias, y por ello en ocasiones se hace uso del transporte particular para trasladarse de una comunidad a otra o para salir hacia la Vía Panamericana donde circulan varias compañías de transporte.

### **1.1.1.1. Comunidad de Ucumari**

Ucumari proviene de la palabra quichua “Ucu” que significa “Dentro”, lo que quiere decir que Ucumari se encuentra dentro de las montañas. Esta comunidad surge en el año de 1987 con una cantidad mínima de población, se encuentra a 35 km al noroeste del cantón Nabón. Ucumari limita al Norte con la comunidad de Yaritzagua, al Sur con El Progreso Centro, al Este con la comunidad El Molino y al Oeste con la comunidad El Cuzho, su clima es tropical templado con una altura de 2000 m.s.n.m.

La comunidad está integrada actualmente por 13 familias de dos a tres miembros, en su mayoría adultos, ya que los jóvenes han migrado por razones de estudio o trabajo.

En cuanto a servicios básicos, la comunidad no cuenta con agua potable, tan sólo con agua entubada, y para mejorar la calidad de vida de los habitantes el municipio instaló filtros de agua para cada familia.

Desde hace cuatro años la comunidad incursiona en la actividad turística, misma que ha generado muy buenos ingresos económicos para sus integrantes, pues ofrecen servicios de cabalgatas, piscinas naturales, visita a las cuevas de murciélagos, cascadas, pista de ciclismo, entre otras.

Otra de las actividades a las que se dedica la población es al cultivo de guineo, café, caña de azúcar, limón, yuca, entre otros, que posteriormente son ofertados y comercializados en el sector De la Paz. (Chillogallo)

Para el desarrollo de la propuesta (Adecuación de un Centro de Interpretación Turística) en la comunidad de Ucumari, se utilizó una serie de matrices que permiten tener una idea clara de

la situación actual de la zona y sus recursos. Estas matrices se muestran en anexos, pero, a continuación se explica las matrices de manera general.

## **1.2. Matriz de Evaluación**

En esta matriz se toma en cuenta a los miembros de la comunidad de Ucumari, representados por Juan Chillogallo, como su presidente, quien proporciona información relevante acerca del turismo comunitario en la zona; asimismo, aporta con información relevante Tania Aguirre, representante del departamento de turismo de la Municipalidad de Nabón; y, por último, Ricardo Escandón, tutor del trabajo de graduación, quien brinda su aporte en la estructuración y organización de la información recopilada.

## **1.3. Matriz de Involucrados**

En esta matriz se presenta a los grupos incluidos en el proyecto, siendo estos los beneficiarios directos, indirectos y excluidos.

El primer grupo, denominado beneficiarios directos, está integrado por los miembros de la Asociación de Turismo Comunitario y las familias de Ucumari, quienes podrán mejorar sus ingresos económicos y su calidad de vida. Entre los objetivos que persiguen este grupo están el mejorar la planta turística, la promoción y el incremento de turistas en la zona, sin embargo, no cuentan con una buena promoción debido quizás a la falta de capacitación.

El segundo grupo, denominado beneficiarios indirectos, está conformado por los estudiantes de la UDA, turistas y el resto de comunidades de la parroquia El Progreso. Este grupo tiene un impacto indirecto con el proyecto, debido a que gracias al aporte de los estudiantes de turismo se podrá mejorar cada vez más la actividad turística, y consecuentemente

incrementará la visita de turistas para mejorar el desarrollo de la parroquia y la comunidad de Ucumari.

El tercer grupo, denominado de los excluidos, lo integran aquellas familias que no participan en el turismo comunitario, aquellos que por falta de conocimiento de los beneficios del proyecto no se han vinculado; sin embargo, son personas que en el futuro podrán unirse y así mejorar cada vez más esta actividad.

#### **1.4. Matriz de Actores**

Esta matriz busca conocer al grupo de trabajo, y con ello reconocer las funciones e influencias que ejerce cada miembro de este grupo.

#### **1.5. Matriz de Proyección**

La matriz de proyección manifiesta la situación actual del proyecto, tomando en cuenta los aspectos de infraestructura, equipamiento y diseño de material informativo, para luego determinar las necesidades en cada uno de estos aspectos y plantear la nueva propuesta a ser ejecutada.

#### **1.6. Marco Legal**

Previo a la realización de este proyecto se pudo ver que el Centro de Interpretación de la comunidad Ucumari no cumplía con ciertas características técnicas de construcción y tampoco se basaba en ninguna directriz de la Ordenanza Municipal de Nabón. La infraestructura se encuentra ubicada en un sitio que no pertenece a un área protegida como para regirse a algún reglamento específico, por lo que se propone llevar un seguimiento con base en la Ley de Turismo.

### **1.6.1. Ley de Turismo**

Según la “*Ley de Turismo*” en los artículos 10 y 11 se hace referencia a la Licencia Anual de Funcionamiento y a los Empresarios Temporales, lo que sería uno de los primeros pasos a seguir para la implementación del proyecto y el inicio de las operaciones.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley, están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Según los artículos mencionados, los guías de la comunidad tendrán que obtener la Licencia Única de Funcionamiento, ya que ésta resulta necesaria para poder realizar el trabajo de una manera legal. Además se puede pedir al MINTUR una capacitación para guías nativos, lo que fortalecerá a la comunidad y mejorará su servicio.

### **1.6.2. Reglamento General de las Actividades Turísticas**

Según “*El Reglamento General de las Actividades Turísticas*” que será utilizado para el proyecto propuesto, éste hace referencia a los procedimientos que deben seguir los guías de turismo para la ejecución de sus actividades.

El guía nativo, según este reglamento en su Art. 119, literal c) Guía nativo: Es el integrante de grupos étnicos, aborígenes o campesinos del Ecuador, que posea conocimientos sobre los valores culturales autóctonos, naturales, socio económicos de su hábitat y que, luego de calificada su experiencia, sea habilitado por el Ministerio de Turismo para conducir grupos de turistas nacionales e internacionales dentro de las áreas geográficas que correspondan al territorio del grupo étnico del cual proviene.

Es por eso que la comunidad de Ucumari deberá contar con un guía nativo, que esté frente al desarrollo del turismo comunitario, que posea los conocimientos acerca de la historia, costumbres, tradiciones, y más, para brindar al turista una experiencia satisfactoria durante su permanencia en el lugar visitado.

### **1.6.2. Código Ético**

La propuesta que plantea este trabajo de graduación se encuentra vinculada también con el *Código Ético* (ONU), que provee artículos que facilitan la relación entre la comunidad, turistas y medio ambiente.

A continuación se presentan algunos artículos relacionados con la comunidad:

“Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.” (ONU)

Cada comunidad tiene su propia identidad, costumbres y tradiciones, y éstas deben ser respetadas con el fin de mantener su patrimonio intacto, aun cuando se ejerzan actividades turísticas.

Según el Art: 4. del Código Ético, el turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad: a) La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su estandarización y empobrecimiento.

El gobierno, a través de sus planificaciones, ha logrado integrar el turismo dentro las comunidades, mismas que se han visto beneficiadas debido a los ingresos que genera esta actividad.

En su Art: 5. El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino, en lo que respecta al Literal 1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

El proyecto que se está llevando a cabo está siendo ejecutado de una manera adecuada, con el fin de no afectar al medio en el que se encuentra, es por ello que se utilizan los recursos propios de la comunidad sin ocasionar daño al medio ambiente.

Literal 2. De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los medios naturales. Asimismo, facilitarán con la máxima transparencia y la objetividad pertinente toda la información relativa a sus programas futuros y a sus consecuencias previsibles, y favorecerán el diálogo sobre su contenido con las poblaciones interesadas.

## **1.7. Marco Teórico**

### **1.7.1. Centro de Interpretación Turística**

Un centro de interpretación turística es el medio a través del cual se da una breve información de los atractivos y lugares que el turista visitará. En éste se puede utilizar materiales gráficos o audiovisuales, según la información que se pretenda dar.

Los centros de interpretación deben ofrecer experiencias en donde los visitantes puedan palpar, escuchar, ver y leer la información, porque de esta manera se logrará que ellos puedan captar mejor la información y puedan grabar esas imágenes como parte de su aprendizaje y nuevos conocimientos. También se despertara el interés por los lugares, la historia, la cultura, los paisajes, entre otros, logrando que la experiencia del turista sea agradable.

Los centros de interpretación pueden funcionar en distintos tipos de edificaciones, pueden ser pequeños o grandes edificios, todo dependerá de la cantidad de información que estos contengan.

En la fase de diseño se debe procurar reducir los impactos negativos que la infraestructura pudiera causar en el paisaje. Al mismo tiempo, el diseño debe resaltar los aspectos más sobresalientes del paisaje, en especial los que ayudan a tener una buena experiencia de los visitantes.

“Un centro de interpretación es un espacio que revela el significado y la relación del patrimonio con el visitante que llega hasta el sitio turístico que lo contiene, a través de experiencias directas y aplicando los principios, cualidades y estrategias de la disciplina” (Bertonatt). Por ello es importante tener en cuenta la diferencia entre los centros, ya que cada uno tiene su concepto y sus actividades específicas, como la puesta del valor del bien a interpretar, provocar su conocimiento y divulgación, e incentivar a través de las diferentes disciplinas que se utilizan para la comunicación, siempre que se haga a través de un lenguaje atractivo, con contenidos creativos y educativos, con el fin de que las personas se sientan atraídas y puedan conseguir la información que ellos necesitan del lugar.

En el caso específico de un centro de interpretación turística para la comunidad de Ucumari, la información que se brinde debe hacer referencia a la historia del lugar, de la comunidad y de los diferentes atractivos, tales como el paisaje y los cambios que sufrió a lo largo del tiempo. Por otro lado, hay que destacar que la comunidad de Ucumari es un medio de interpretación de sus diferentes productos y que se complementa con la señalización, las guías y otros medios.

### 1.7.2. Funciones de un Centro de Interpretación

Según Mario García (14) en el centro de interpretación se deberá impartir al turista la información necesaria y requerida, así como también los atractivos turísticos del interés del turista:

- **Recepción y orientación:** Se da la bienvenida, informa de las costumbres y orienta sobre los lugares a visitar y que disfruten de una experiencia inolvidable.
- **Educación y motivación:** Promueve la educación en la que el visitante descubre lo más relevantes del lugar; es por ello que la información debe servir para motivar y estimular al visitante en el recorrido.
- **Descanso y refugio:** El centro puede proporcionar a los visitantes servicios de bebidas y alimentación.

Asimismo, según García (18), los tres aspectos más importantes a ser considerados en la planificación y diseño de un centro de interpretación son: La planta física o edificio; Las exhibiciones con su respectivo diseño interior; Los programas y actividades educativas / interpretativas que se llevan a cabo.

### 1.7.3. Objetivo de un Centro de Interpretación

García también señala que el objetivo principal es comunicar al visitante, de una forma eficaz, un mensaje que puede hacer referencia a un elemento, un bien natural o cultural, hacia el recurso que va a ser interpretado, contando con diferentes materiales expositivos e interpretativos, recorridos que son guiados dando una transmisión de la cultura, para generar nuevas experiencias para quienes lo visiten.

#### **1.7.4. Estado del arte**

“En la primera mitad del siglo XX, la necesidad de interpretar no surgió solo por la museografía, sino gracias al desarrollo del turismo de masas, pues en estas épocas en las zonas de Europa y España surgieron iniciativas muy diversas de manera espontánea y desorganizada, ya que en los edificios, palacios y complejos patrimoniales se instalaron hoteles, restaurantes, oficinas de turismo, entre otros, todo esto afectó la estructura y aspecto de los bienes patrimoniales. Después de todo este caos nacen los primeros intentos de definir y de mejorar la perspectiva de la interpretación del patrimonio. Por la fuerte tendencia de construir centros de visitantes, principalmente en Estados Unidos, Canadá, el Reino Unido y también en España distorsionó el concepto de interpretación. Muchos de estos centros fueron creados para resolver los problemas que provocaban el impacto de los visitantes en ciertos lugares, sin tomar en cuenta que estos centros tienen el propósito de atracción, pero en algunas ocasiones por su infraestructura ha sido incapaz de soportar la demanda, dando así problemas más de los que existían.” (Martín 15)

En los años 30, EEUU estableció programas interpretativos en los parques nacionales y estatales, todo esto se logró gracias al apoyo de conservacionistas y la administración de las áreas protegidas.

Para las áreas naturales de América del sur, este concepto de centros de interpretación es nuevo, pero en esta última década los administradores han visto como un medio importante para informar y dar a conocer los atractivos existentes en alguna área de importancia.

En el Ecuador, el primer centro de interpretación fue realizado en las islas Galápagos, este esfuerzo fue apoyado por norteamericanos, cuyo objetivo fue educar ambientalmente a las

personas nativas y turistas; y, en el territorio continental fueron construidos con el fin de dar a conocer los atractivos naturales y culturales como:

“El Centro de Interpretación del Parque Botánico de Sucúa, fue readecuado con fines de mejorar la actividad turística y la educación, todo este trabajo se hizo en conjunto con el Ministerio de Turismo y el GAD Municipal, se implementó material informativo, señalética y se equipó para que haya una atracción por los visitantes.” (MINTUR)

IMAGEN 1

**CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL PARQUE BOTÁNICO DE SUCUA.**



Autores: **Ministerio del Ambiente**  
Fecha: **Diciembre 2015**

Un proyecto importante que fue realizado por el MAE (Ministerio del Ambiente) en Manabí, fue el Centro de Interpretación de Tortugas Marinas, según el Coordinador zonal 4 del Ambiente, quien menciona que este centro de interpretación es el primero en realizarse en la costa ecuatoriana, y este lugar fue escogido porque allí se da la anidación de tortugas “Carey”, especies únicas en el pacífico suroriental. (MAE)

IMAGEN 2  
CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE TORTURGAS MARINAS



Autores: **Ministerio del Ambiente**  
Fecha: **Diciembre 2015**

En Cuenca, ETAPA es una de las empresas pioneras, que asegura la gestión integral del agua, pero a más de esto también ayuda para la conservación de los bosques y páramos que forman las zonas de recarga hídrica, es por eso que ha implementado un centro de interpretación junto a la laguna La Toreadora, en el Parque Nacional Cajas. (ETAPA)

IMAGEN 3  
CENTRO DE INTERPRETACIÓN LA TOREADORA



Autores: **ETAPA**  
Fecha: **Diciembre 2015**

Como se puede ver, todos los proyectos fueron desarrollados Con el fin de difundir y dar a conocer lo que se tiene en un área específica, de una manera objetiva, mediante gráficos, audio visuales, mapas, cuadros, fotografías, entre otros materiales o herramientas que ayude a los visitantes a sentirse más interesados por el lugar que están visitando.

### **Conclusión**

Gracias a la investigación y al análisis realizado en torno a la zona de influencia, a las normativas que regulan el área turística y a los centros de interpretación, se ha podido conocer más a fondo el objetivo y alcance del proyecto.

Al contar con un panorama y metas claras se podrá realizar un trabajo de calidad, capaz de ser un soporte para que la actividad de turismo comunitario se fortalezca en sus bases y mejore con cada vez más en la comunidad de Ucumari.

## **CAPÍTULO II**

### **2. DISEÑO DEL MATERIAL INFORMATIVO PARA EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN**

#### **Introducción**

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar el diseño del material informativo que será expuesto en el Centro de Interpretación Turística de Ucumari. El material contendrá información relevante del turismo comunitario, como costumbres, tradiciones, forma de vida de la comunidad, especies de animales y plantas, productos de la zona, información general y demás temas que servirán de conocimiento para las personas que visiten este lugar turístico.

El material informativo que se expone en cualquier lugar turístico o en algún lugar particular, sirve de ayuda para resumir lo que se quiera dar a conocer o vender al público, por lo que se debe tratar de ser lo más breves y claros posibles en la información que se presenta. La información no debe dejar espacio a la duda y debe mostrar lo mejor de los lugares o productos, mediante gráficos, fotografías, mapas y otras aplicaciones, con el fin de que la información sea captada mucho más rápido y genere una idea clara de lo que se va a conocer o se va a adquirir.

También se debe tomar en cuenta qué es lo que se va a realizar y para qué servirá, porque si no se invierte en algo útil lo más probable es que perjudique el presupuesto planificado para dicha actividad.

Hoy en día, gracias al avance tecnológico, existe variedad de diseños publicitarios que pueden ser utilizados según los requerimientos específicos. Se pueden hacer materiales para entregar a los turistas y otros para exponerlos en el Centro de Interpretación. Otra de las opciones es que también se puede escoger el tipo de material, verificando la calidad y durabilidad del mismo.

A continuación se presentará una explicación sobre diseños publicitarios y sus diferentes tipos o clases.

## **2.1. Diseño publicitario**

El diseño publicitario comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos y soportes audio visuales para televisión e internet.

Este tipo de material, que hoy en día se realiza, sirve de mucha ayuda para poner en el mercado algún producto que se quiera vender. Gracias al avance tecnológico se pueden escoger diferentes métodos y formatos de publicidad. Además del material físico que se elabora, también se puede hacer uso de las redes sociales, radio, internet y televisión.

Para que la publicidad tenga éxito se deben realizar materiales muy llamativos, con información básica, capaz de captar la atención de los clientes o espectadores, además debe ser realizada en un material que no se dañe fácilmente y durable.

A través del tiempo, el diseño publicitario ha ido evolucionando. En un principio toda la técnica se elaboraba de forma manual. Hoy en día se usan tecnologías más avanzadas de diseño y producción.

Según el sitio web FotoNostra, antes de llevar a cabo un diseño publicitario, un diseñador y el resto del equipo de trabajo deben tener en cuenta cuatro puntos muy importantes:

- El producto a diseñar.
- A quién va dirigido.
- Los medios por los cuales se va a realizar la publicidad.
- La competencia.

## 2.2. Elementos de la publicidad

Un diseño es considerado también como una obra de arte, ya que la persona encargada debe ser muy creativa y hacer uso de las tecnologías a su disposición; en algunos casos, se tienen que emplear tres principales elementos como son un método para diseñar, un objetivo que comunicar y un campo visual, caso contrario no tendrá sentido el trabajo que se realice.

Además se deben considerar los elementos básicos que deben ser dominados por el diseñador y tomados en cuenta en cualquier diseño:

- **Lenguaje visual:** El mensaje debe ser claro, para que el público al que va dirigido pueda captar fácilmente.
- **Comunicación:** Se necesita una organización de la información, para que el mensaje sea entendido y se pueda llegar al objetivo que es una comunicación efectiva.
- **Percepción visual:** Tratar de que el material, las figuras, los fondos del material informativo sean realizados de la mejor manera, para que haya una buena aceptación y atención por parte de las personas que lo observan.

- **Administración de recursos:** Conocer todos los recursos de los que se dispone, y aplicarlos lo mejor posible.

### 2.3. Clases de diseño publicitario

Todas las empresas que realizan este tipo de trabajo, se han esmerado por tener a disposición de los clientes diferentes tipos de diseños que puedan ayudar a la publicidad, ya que hoy en día la persona que vende es aquella que más publicidad realiza, y, eso no lo es todo, también se debe ver y analizar la manera en que se realiza dicha publicidad.

Entre las clases de diseño publicitario se pueden incluir a Folletos y flyers, Catálogos, Carteles y posters, Vallas publicitarias y Logotipos de empresa.

Los folletos son elementos que pueden encontrarse también incluidos en un mailing. Presentan el producto o servicio de forma detallada e ilustrada, destacando las ventajas y las características de la oferta. Su formato o tamaño varía en función de las necesidades del producto y del desarrollo creativo.

Según información extraída del sitio web FotoNostra, el flyer puede clasificarse según su dimensión y plegado en:

**Volante:** Contiene una sola hoja y dos caras.

**Díptico:** Compuesto por una hoja, un plisado y 4 caras.

**Tríptico:** Compuesto por una hoja, dos plisados y 6 caras.

Estos suelen ser los más comunes, sin embargo eventualmente una hoja podría plisarse más veces, logrando otras clases de flyers.

Los flyers se encuentran dentro de la categoría de folletos, y son pequeños panfletos de reducido tamaño. Son también los que normalmente se reparten en grandes cantidades entre clientes o consumidores que transitan a pie.

Los catálogos son publicaciones que ofrecen información sobre una serie de productos o servicios de una empresa. Es el mejor medio que tiene una empresa para ofrecer publicidad sobre sus productos, directamente al consumidor, aunque ésta tenga un costo algo elevado, permite enseñar de una forma correcta todos los contenidos deseados por la empresa, sin limitar calidad ni espacio en la publicación de sus productos.

El cartel publicitario, por su tamaño, es un póster que generalmente sobrepasa el tamaño DIN A3. El diseño de un cartel publicitario o un póster es uno de los retos más atractivos que un diseñador puede encontrar. Los carteles están hechos para captar la atención de las personas en movimiento, debido a su gran dimensión. Gráficamente, un cartel debe presentar un correcto equilibrio de todos los elementos que contiene. Las imágenes, gráficos, fotos y textos deben representar una línea de comunicación que permita al ojo humano (y al cerebro) dirigirse de un punto de información a otro. Esto crea movimiento y dinamismo. Los puntos de información no son colocados por casualidad, sino que son creados por el diseñador para influir en el lector.

Una manera de publicitar una empresa es a través de las páginas web. Hoy en día, internet se considera la vía con más futuro, además de ser una alternativa económica, rápida, sencilla y que permite prescindir de la movilidad geográfica, factor muy importante en tema de ahorros. Cualquiera puede visualizar una empresa y sus productos, desde la distancia que quiera, a través de internet. En la actualidad, existen muchas empresas que ya tienen su propia página web, donde incluyen sus productos, ofertas, servicios y más. Uno de los recursos más

utilizados en internet son los banners publicitarios. Son imágenes o el mismo logotipo de la empresa, dinámico, animado y en movimiento. Normalmente se suelen crear con los datos de la empresa y alguna oferta de interés sobre algún producto.

Se entiende por publicidad exterior, aquella que se realiza fuera de los edificios y en los diferentes medios de difusión móviles existentes. La publicidad exterior intenta llegar a las personas que se encuentran fuera de sus hogares. Es una publicidad de grandes tamaños y han de ser vistas a grandes distancias y alturas.

Tomando en cuenta lo expuesto por el sitio web (FotoNostra) se pueden relacionar las siguientes formas de publicidad exterior:

- **Vallas publicitarias:** Son las que se encuentra en zonas abiertas, grandes centros comerciales, carreteras. Se encuentran colocadas en soportes especiales, su medida alcanza los 4 y 8 metros de longitud.
- **En la vía pública:** Se colocan en las superficies, ubicadas en las estaciones de metro, estaciones de tren o bien en las paradas de buses. Esta clase de publicidad, mantiene un tamaño más reducido, ya que se visualizan desde una distancia más cercana.

#### **2.4. Propuesta del diseño del material interpretativo**

Para la elaboración del diseño se cuenta con el apoyo de una diseñadora gráfica, encargada de proyectar y desarrollar los diseños publicitarios y escoger los diferentes materiales. Para el proyecto se han seleccionado materiales como el couché de 250 gramos, cintra de 3 líneas, lona y madera, sobre todo por ser materiales de larga duración y que no afectan al medio ambiente, tampoco alteran la fachada del lugar.

### 2.4.1. Afiches informativos

Ayudan a tener una idea previa de la información del sitio a ser visitado, tales como la ubicación, historia y las actividades que realiza la comunidad. Estos serán desarrollados en couché de 250 gr.

#### 2.4.1.1. Información del Afiche: Historia del turismo en Ucumari

El afiche muestra la historia de cómo, cuándo y por qué se formó la Asociación de Turismo Comunitario en Ucumari. Ésta es una información relevante para los turistas o para cualquier entidad que necesite conocer sobre este proyecto. El afiche ayudará a que la información sea más detallada, puntual y que aclare las dudas de quienes leen.

#### AFICHE 1 ASOCIACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO UCUMARI



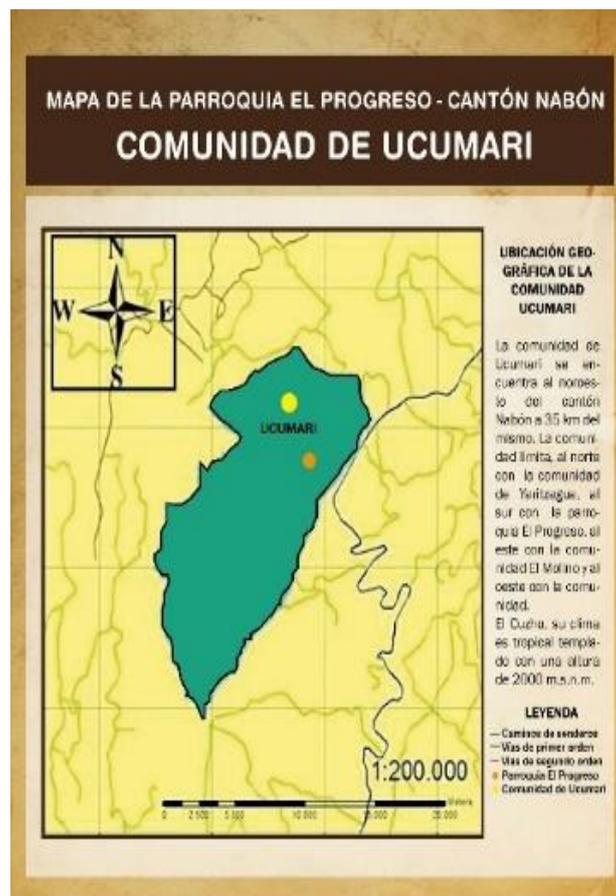
Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**

Fecha: **Diciembre 2015**

### 2.4.1.2. Información del Afiche: Ubicación

La ubicación es muy importante, ya que esto ayuda a que los visitantes tomen en consideración las distancias, el clima y otros factores que caracterizan al lugar. Por ello información sobre todo esto estará a disposición de los turistas.

AFICHE 2  
AFICHE DE LA UBICACIÓN DE UCUMARI

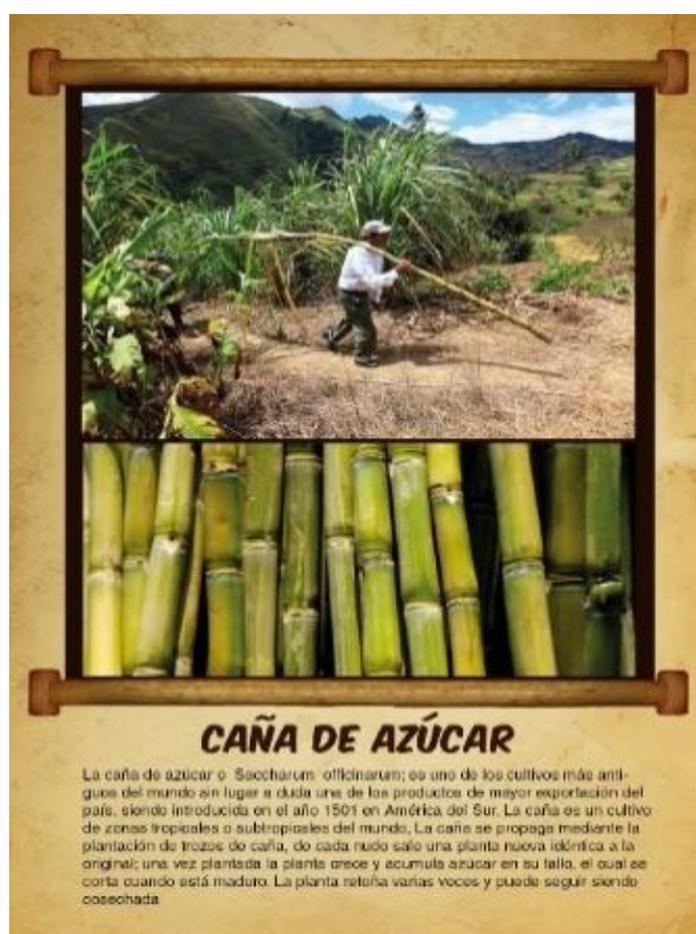


Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

### 2.4.1.3. Información del Afiche: Caña de Azúcar

La caña de azúcar fue considerada como un atractivo de la zona, porque gracias a los cultivos que existe en cada finca se puede brindar a los turistas la bebida conocida como el “guarapo”, jugo que se extrae de la caña. Además de esta planta se puede obtener la panela, melcochas, o convertirla en una bebida denominada “mapa-nagua”, al agregarle un poco de trago de punta.

AFICHE 3  
CAÑA DE AZÚCAR

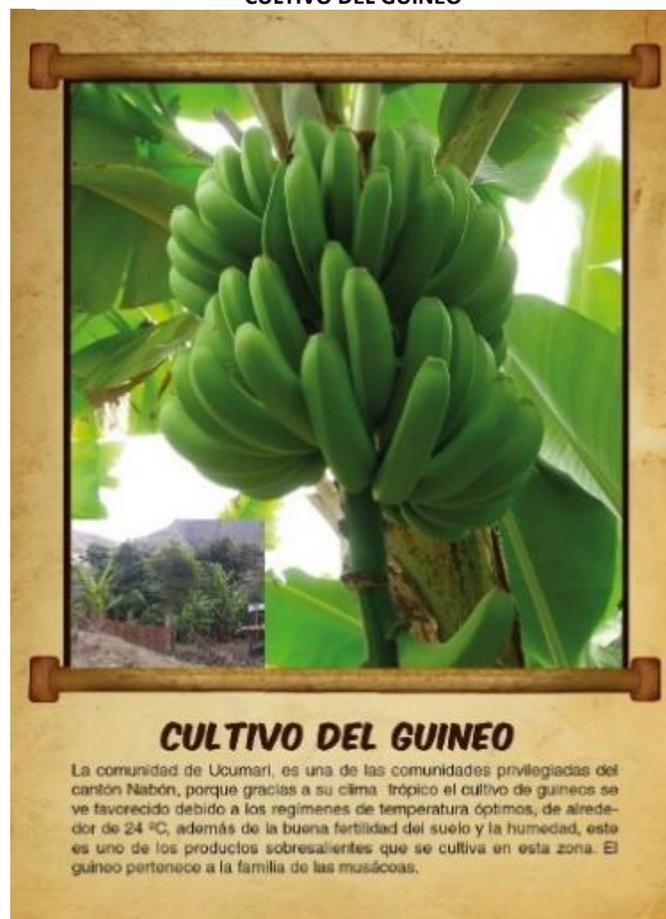


Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

#### 2.4.1.4. Información del Afiche: Cultivo de Guineo

El guineo ha sido escogido como uno de los principales atractivos para ser expuesto en el Centro de Interpretación Turística, porque gracias a las bondades del clima la comunidad lo puede cultivar y los visitantes podrán conseguirlo en cada finca, durante todo el recorrido. Además, éste es un producto de gran importancia a nivel nacional, su trascendencia data desde principios del siglo XX, lo que ayuda a seleccionarlo entre los más importantes de la zona.

AFICHE 4  
CULTIVO DEL GUINEO

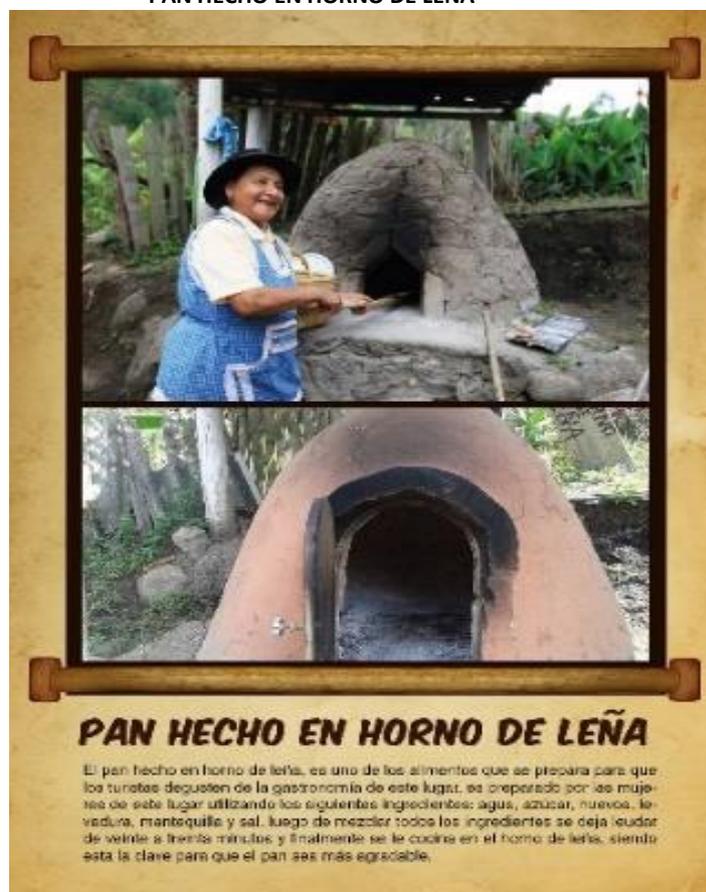


Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

#### 2.4.1.5. Información del Afiche: Pan en horno de leña

El arte culinario es también un atractivo de la zona, ya que las personas del lugar siguen conservando tradiciones de sus antepasados, como es la realización del “pan en horno de leña”. Esta actividad es muy característica en Ucumari y el sabor que obtiene el pan es diferente y exquisito. Éste es un aperitivo que los turistas pueden disfrutar después de una larga caminata.

AFICHE 5  
PAN HECHO EN HORNO DE LEÑA

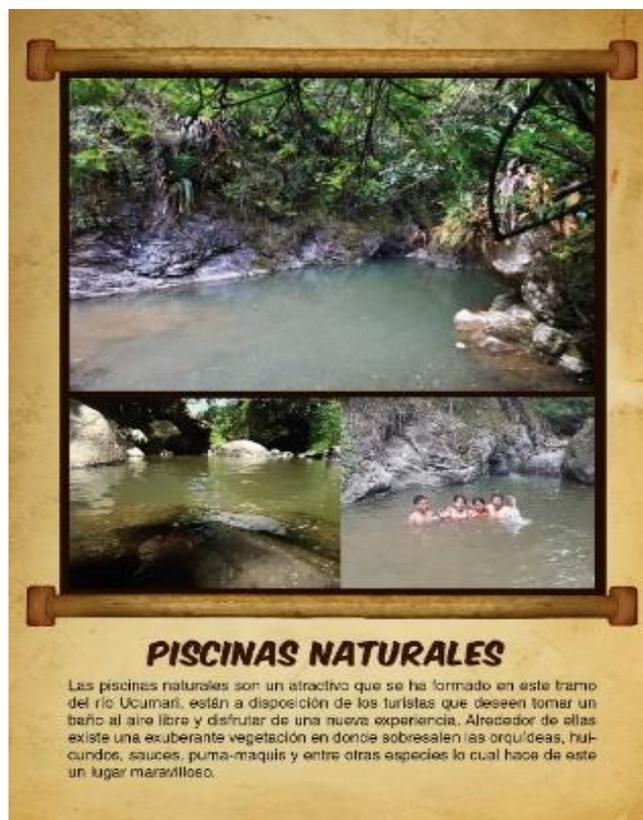


Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

### 2.4.1.6. Información del Afiche: Piscinas naturales

Ucumari es privilegiado por los paisajes que lo rodean, convirtiéndolo en un lugar único. Posee piscinas de formación natural que nacen del Río Ucumari. Tomar un baño en estas piscinas provoca una sensación de relajación. En el lugar se puede disfrutar del sonido de las aves y de la caída de agua de las cascadas que están alrededor.

AFICHE 6  
PISCINAS NATURALES

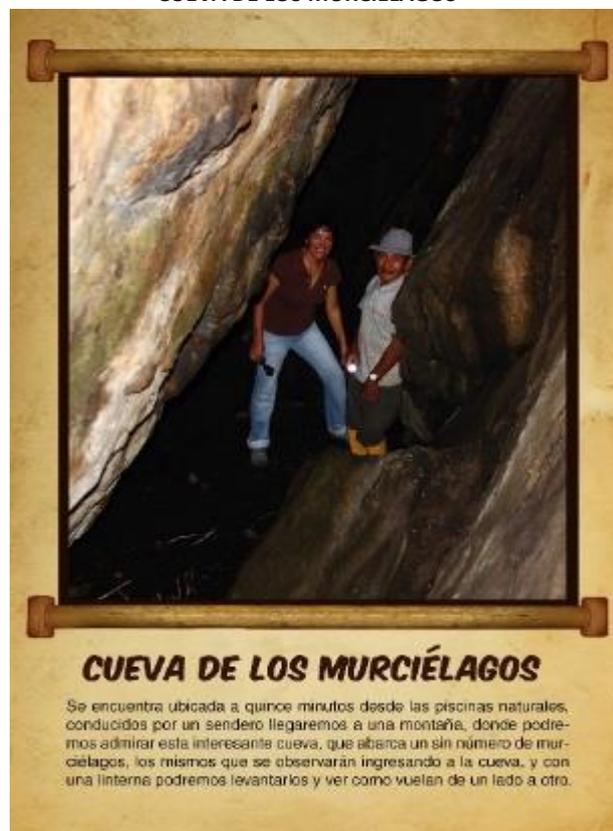


Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

### 2.4.1.7. Información del Afiche: Cueva de los Murciélagos

La cueva de los murciélagos es otro de los atractivos del lugar, ha sido elegido para ser visitado gracias a su extraña formación. Para las personas que son obsesionadas por visitar este lugar tendrán que caminar durante unos diez minutos por medio de un camino muy pequeño que dirige a la montaña donde está la cueva con un sin número de murciélagos, a los mismos que se les puede apreciar únicamente entrando a la cueva.

AFICHE 7  
CUEVA DE LOS MURCIÉLAGOS

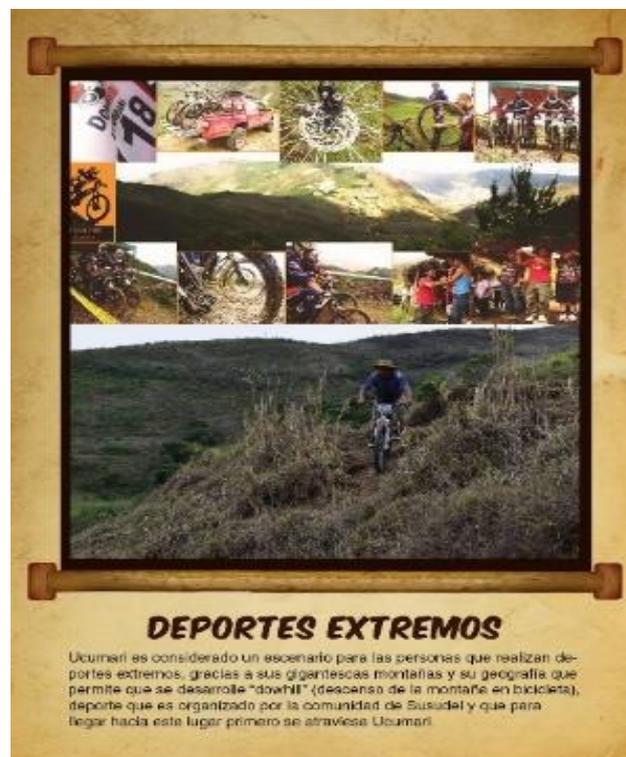


Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

### 2.4.1.7. Información del Afiche: Deportes Extremos

La comunidad de Ucumari al estar ubicada dentro de gigantes montañas y rodeada de hermosos paisajes ha servido de escenario para personas que practican ciclismo de montaña, evento que además es realizado por la comunidad de Susudel en la zona de Ucumari. El lugar es privilegiado para la realización de deportes extremos o actividades como el ciclismo de montaña.

AFICHE 8  
DEPORTES EXTREMOS

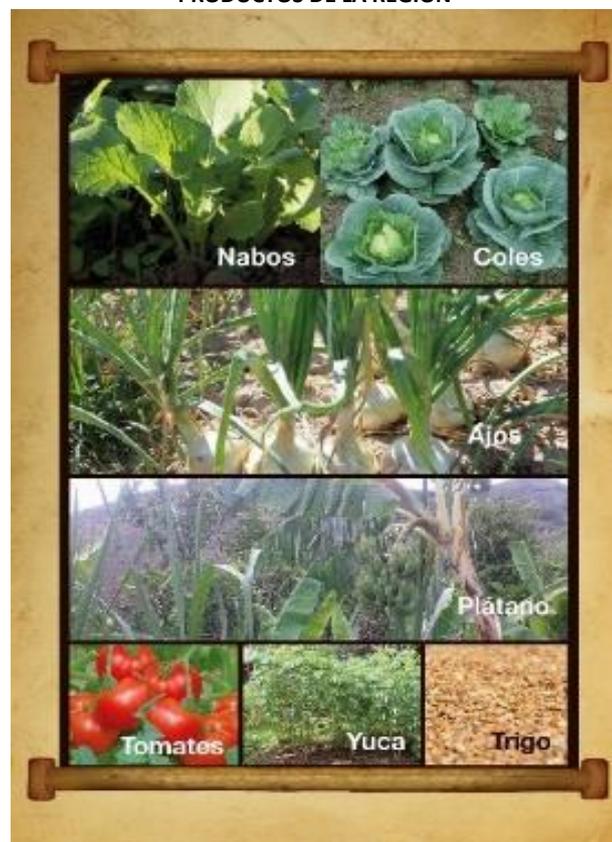


Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

#### 2.4.1.8. Información del Afiche: Productos de la región

Una de las cosas que también se puede resaltar son los cultivos, es importante saber que este lugar tiene un clima muy cálido y aparte tiene tierras muy fértiles, lo cual permite que las personas del sector puedan sembrar una variedad de productos, los mismos que servirán para el consumo propio o en algunas ocasiones para la venta.

AFICHE 9  
PRODUCTOS DE LA REGIÓN



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

#### **2.4.1.9. Información del Afiche: Trapiche**

La extracción del jugo de la caña es también una actividad que llama mucho la atención, porque es un proceso en el cual se puede integrar a los visitantes para que conozcan de esto y a la vez tengan una nueva experiencia. Primeramente se corta las cañas y se las lava, luego se lava el trapiche maquina por la cual se procesa la caña para extraer el jugo, pero para realizar esta actividad es necesario al menos cuatro personas para que empujen esta máquina para que funcione y finalmente el jugo se lo recoge en una jarra; para servir se lo prepara con jugo de limón y si alguien desea se lo sirve con un poco de alcohol o trago de punta.

AFICHE 10  
**EL TRAPICHE**

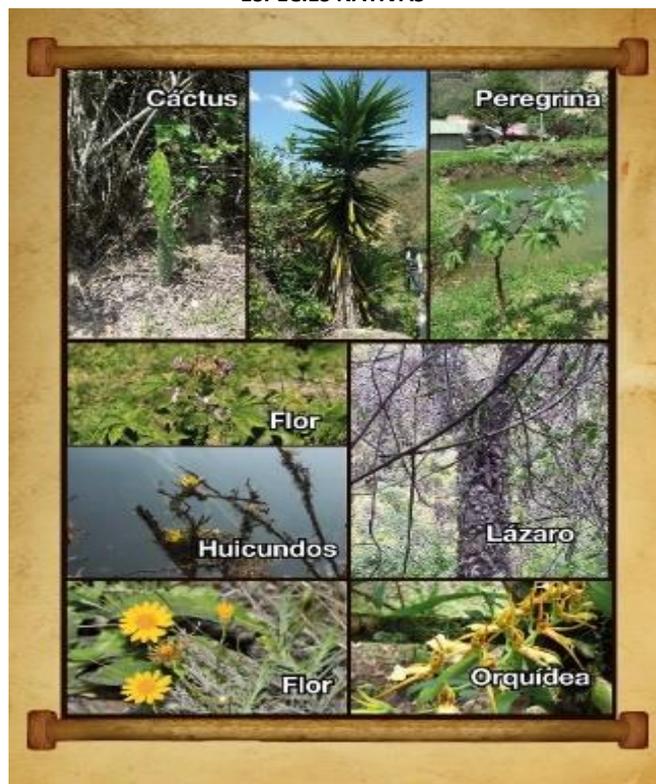


Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

#### 2.4.1.10. Información del Afiche: Especies nativas

La vegetación y las especies de plantas de Ucumari son muy importantes. Gracias al clima tropical se puede apreciar un sin número de especies que adornan el lugar y resulta interesante conocer todo sobre ellas.

AFICHE 11  
ESPECIES NATIVAS



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

#### **2.4.2. Folletos informativos**

Es importante que al terminar el recorrido se disponga de una pequeña información para respaldo de los conocimientos adquiridos durante la visita de turismo comunitario. La información que en este formato se entregue debe contener al menos la ubicación, historia, actividades económicas, atractivos turísticos, productos de la región, flora y fauna.

El folleto para el Centro de Interpretación Turística de Ucumari consta de seis páginas y contiene información relevante de la comunidad. El folleto busca dar a conocer las riquezas y el encanto que tiene esta comunidad, motivando así a las personas a escoger este lugar para divertirse y vivir una nueva experiencia, a través de la información que les ofrece el Centro.

La primera página contiene el logo de Ucumari, mismo que fue diseñado con la imagen de un trapiche por ser característico del lugar. Todas las familias tienen instalado un trapiche en sus fincas, lo usan para obtener la bebida típica de la zona o para extraer los demás productos para la venta: miel de caña, melcochas, guarapo, entre otras.

La segunda página contiene la ubicación y aspectos geográficos, estos datos serán útiles para que los turistas puedan llegar fácilmente a la comunidad. Además se indica cuál es la vestimenta adecuada y el equipo necesario de acuerdo a las características del lugar.

En la tercera página se destaca las actividades que se realizan dentro del turismo comunitario. Las actividades y lugares que se pueden visitar son: las piscinas naturales, cueva de los murciélagos, participar en actividades cotidianas de los nativos de la comunidad (cultivos de café, banano y otros productos) y finalmente degustar los platos típicos que son preparados con los productos de la zona (cuy asado, caldo de gallina criolla, guarapo, tortillas de trigo, pan hecho en horno de leña, entre otros). Todos estos atractivos se pueden visitar o conocer en un solo día y trato que se recibe por parte de los comuneros es muy especial.

## **Socioeconómica**

En la cuarta página se menciona las actividades económicas a las que se dedica la comunidad: agricultura y ganadería. Estas son desarrolladas diariamente para el sustento de las familias; actualmente, se incorpora la actividad turística que es un para los socios del turismo comunitario.

## **Cultural**

También se destaca las festividades que la comunidad realiza como tradición de todos los años, esta información ayuda a que los visitantes conozcan de las tradiciones y festividades que la comunidad celebra.

## **Flora y fauna**

En esta página, también se puede conocer las diversas clases de especies en flora y fauna, con el fin de motivar a las personas que les gusta disfrutar de la naturaleza y así puedan observar y disfrutar un poco de la diversidad que tiene Ecuador.

FOLLETO 1  
FOLLETO TURÍSTICO

**HISTORIA DE UCUMARI**

Según los pobladores de la zona, lo que hoy es la comunidad de Ucumari fue una hacienda perteneciente a la familia Casado, los cuales donaron 5000 m<sup>2</sup> para la construcción de la iglesia y la escuela, luego la propiedad pasó a nombre de la Srta. Plarancia Anadolfo, quien vendió a los pobladores de esa época y así en el año 1978 surge la comunidad de Ucumari. El nombre "Ucumari" viene de una palabra quechua que significa "huaco", el concepto hace referencia a su ubicación, ya que esta comunidad se encuentra rodeada de montañas.

**LEYENDA**

- Caminos de senderos
- Vías de primer orden
- Vías de segundo orden
- Parroquia El Progreso
- Comunidad de Ucumari

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

La comunidad de Ucumari se encuentra al noroeste del cantón Natchón a 25 km del mismo. La comunidad limita, al norte con la comunidad de Varizagala, al sur con la parroquia El Progreso, al este con la comunidad El Molino y al oeste con la comunidad El Ouzho, su clima es tropical templado con una altura de 2000 m.s.n.m.

**ACTIVIDAD TURÍSTICA**

En los últimos años se ha venido desarrollando el turismo comunitario ofreciendo un paquete turístico, el mismo que consiste en un recorrido por las fincas, donde se podrá observar cómo se extrae el jugo de la caña, la elaboración del pan hecho en horno de leña además es que los visitantes podrán degustar del mismo, la peaca de Utaiza, la visita a la cueva de marabalgos y finalmente disfrutar de un baño en piscinas naturales.

**GASTRONOMÍA**

Entre sus platos principales están el cuy asado, la tilapia, caldo de gallina criolla, las tortillas de trigo, el pan hecho en horno de leña y su bebida típica el guarapo o jugo de caña que adicionado un poco de licor se convierte en el muy conocido mapa nagta, además del guarapo se puede obtener la miel.

**SOCIOECONOMÍA**

**Actividad Económica**  
• En la comunidad de Ucumari entre sus principales actividades está la agricultura, la ganadería y la actividad turística.

**Actividad Cultural**  
• Las fiestas que se celebran son: el 25 de diciembre se celebra la fiesta en honor al Divino niño y es el mes de febrero las fiestas de cañafiel.

**FLORA**

• Plantas nativas: Este lugar cuenta con un sinnúmero de especies de las cuales podemos destacar: sauces, puma-marquí, chicha, lázaro, huicundos, orquídeas, cactus, etc.

• Árboles Frutales: entre las principales tenemos: naranja, limones, guabás, naranjilla, café, quince, guayaba, granadilla, limas, mandarina, entre otros.

• Cultivos: Yuca, plátano, ajos, maíz, trigo, coqueña, coles, nabos, tomate.

**FAUNA**

Las especies de aves que podemos observar son: azulejos, tórtolas, gorriones, chigüas, mirlos, chachos, torcazas, gaviñanes, entre otros.

Autores: Diana Avila, Angélica Lazo  
Fecha: Diciembre 2015

### 2.4.3. Letreros informativos

Realizados en madera y pintados de acuerdo a los colores corporativos del MINTUR. Son colocados en dos lugares principales: el primero en la entrada a la comunidad, con el fin de dar a conocer el ingreso; y el segundo en el centro de la comunidad para que puedan informarse acerca de los atractivos que se pueden visitar en la zona.

Sin duda, la utilización de estos letreros permite mejorar la señalética del sector, para que los turistas puedan movilizarse tranquilamente dentro de la comunidad.

LETRERO 1



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

#### **2.4.4. Banner promocional**

Realizado en lona y colocado al ingreso del Centro de Interpretación para dar la bienvenida a los turistas.

#### **Conclusión**

En este capítulo se realizó el diseño del material, lo cual ayuda a tener una visión mucho más clara de lo que se debe tomar en cuenta al momento de transmitir un mensaje, mediante imágenes, cuadros y fotografías. Al contar con estos materiales se puede inferir en que la información debe ser clara, puntual, precisa, y los textos deben ser cortos y fáciles de entender o interpretar. Si los mensajes son bien manejados, la información será procesada mucho más rápido.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ADECUACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN**

#### **Introducción**

El presente capítulo consiste en la adecuación del Centro de Interpretación Turística de Ucumari, para que pueda iniciar con su debido funcionamiento.

Para lograr la adecuación fue necesaria la implementación de ventanas, una puerta y la adecuación del sistema de iluminación.

Todo este trabajo se realizó junto con la participación de los miembros de la comunidad, a través de una serie de mingas desarrolladas en varias fechas. El proyecto se realizó por etapas, tomando como referencia el cronograma de actividades.

Para la implementación de Centros de Interpretación se deben tomar en cuenta algunas consideraciones fundamentales: “Hacer una planificación de las oportunidades que se presentan; tomar en cuenta los tipos de materiales que se utilizarán para la construcción del Centro, con el fin de que tengan una larga vida útil; planificar y presupuestar el mantenimiento.

Según Claudio Bertonatt, las autoridades deben considerar a los centros como medios de soporte al servicio de la conservación del patrimonio natural y cultural, partiendo desde la comunicación.

La construcción antigua del Centro de Interpretación se realizó hace dos años. Ésta fue realizada a través de la ayuda y gestión municipal de Nabón, pero no fue terminada en su totalidad; sin embargo, ha servido como una sala para recibir a los turistas o realizar algunos eventos con las personas de la comunidad.

Actualmente, el proyecto de adecuación se trabaja en conjunto con los miembros de la Asociación de Turismo Comunitario, con quienes a través de reuniones de trabajo se pudo establecer un cronograma de actividades y designar responsabilidades para cada participante.

Entre las responsabilidades o actividades constan las mingas para los diferentes trabajos y la preparación de las comidas para los colaboradores.

En el proyecto intervinieron además un diseñador, quien trabajó en la producción de los materiales informativos; un carpintero, quien se encargó de los letreros; un electricista, para la instalación del sistema eléctrico; y las autoras del proyecto, quienes direccionaron todos los trabajos.

### 3.1. Etapas del trabajo de adecuación

#### 3.1.1. Primera etapa

En la primera etapa se realizaron varios encuentros de reconocimiento con los miembros de la comunidad, para poder determinar quiénes formarán parte del equipo de trabajo. Asimismo, se pudo conocer a las personas que intervienen de forma directa en el proyecto de Turismo Comunitario, a los dirigentes de la comunidad, a sus familias y sus intereses.

FOTOGRAFÍA 1  
ASOCIACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO UCUMARI



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

#### 3.1.2. Segunda etapa

La segunda etapa fue el reconocimiento del lugar de trabajo y todos los servicios que esta comunidad ofrece. Información que posteriormente se incluiría en el contenido del material informativo del Centro de Interpretación.

FOTOGRAFIA 2  
RECONOCIMIENTO DEL LUGAR



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

### 3.1.3. Tercera etapa

La tercera etapa estuvo caracterizada por la realización de una minga de limpieza y la verificación de los materiales y recursos con los que se cuenta para desarrollo del trabajo. En esta etapa se pudo ver que la comunidad contaba con la infraestructura del Centro de Interpretación y unos bancos de madera, que fueron reutilizados para adecuar el lugar.

FOTOGRAFÍA 3  
MINGA DE LIMPIEZA Y PULIDA DE BANCOS



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

### 3.1.4. Cuarta etapa

En la cuarta etapa se barnizaron los bancos de madera; en esta etapa además se consiguió madera para la elaboración de la puerta y las ventanas. Para ello se hizo una minga y las personas apoyaron con mano de obra y la alimentación de quienes participaron

FOTOGRAFÍA 4  
ELABORACIÓN DE LA PUERTA



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

### 3.1.5. Quinta etapa

La quinta etapa fue la colocación de puertas y ventanas, las mismas que fueron elaboradas por los socios, utilizando las herramientas de cada uno de ellos, y los materiales que no poseían fueron donados por los dirigentes del proyecto.

FOTOGRAFÍA 5  
COLOCACIÓN DE EL LETRERO Y PUERTA



Autores: Diana Avila, Angélica Lazo  
Fecha: Diciembre 2015

### 3.1.6. Sexta etapa

En la sexta etapa se colocaron las jardineras, para que el lugar tenga un ambiente más acogedor. Las plantas fueron compradas y donadas por parte de los dirigentes del proyecto. Para sembrar se utilizó el abono que dono la gente de la comunidad.

FOTOGRAFÍA 6  
CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA ADECUADA



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

### 3.1.7. Séptima etapa

En la séptima etapa se colocó el material informativo, el mismo que fue distribuido de una manera ordenada para que sea fácil su interpretación.

FOTOGRAFÍA 7  
MATERIAL PUBLICITARIO COLOCADO



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

## **Conclusión**

En este capítulo se pueden mencionar todas las experiencias tanto buenas como malas que se vivieron durante el proceso de la adecuación del Centro Interpretación.

Al iniciar el proyecto se tuvo poca participación por parte de los socios, por varias razones (motivos de trabajo, vivienda alejada y por falta de información o desconocimiento de la actividad), razón por la cual se tuvo que trabajar con pocos miembros de la Asociación.

El presupuesto fue uno de los principales factores de preocupación, ya que el proyecto no estaba contemplado dentro del presupuesto que entrega el GAD Municipal, y para solucionar o mitigar esa preocupación se realizaron actividades como ventas de los productos de la zona para recaudar fondos y poder cubrir los gastos de la adecuación.

Para la elaboración de las ventanas y las puertas se obtuvo madera del lugar; los miembros de la comunidad aportaron con la mano de obra para estas actividades; la dirección del proyecto realizó un aporte económico para cubrir otros gastos que fueron necesarios, tales como: compra de materiales adicionales para la construcción de puertas y ventas, pago para la instalación del sistema de energía eléctrica, pago para la elaboración del material informativo, adquisición de plantas y elaboración y colocación de letreros.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. CAPACITACIÓN A LOS GUÍAS EN EL TEMA DE “ATENCIÓN AL CLIENTE”**

#### **Introducción**

En este último capítulo se desarrolla el módulo de capacitación en “servicio al cliente”, dirigido a todos los socios de Turismo Comunitario de Ucumari; el contenido del manual se enfoca en el cliente y en el servicio que se le debe ofrecer, así también cómo manejar situaciones que se presentan al momento de atender a los turistas.

En el tema cliente se vio necesario analizar los tipos de clientes, cuáles son sus exigencias más comunes, cómo lidiar con cada uno de los clientes y la actitud que se debe tener ante ellos para poder tener una comunicación efectiva.

En lo que respecta al servicio, se detallan aspectos que deben ser tomados en cuenta al momento de brindar una atención personalizada, por ejemplo la actitud que debe tener el guía frente a un cliente.

Con estos temas se busca mejorar el servicio al cliente, la interacción entre turistas y prestadores de servicio, y sobre todo que las actividades sean realizadas de una manera técnica y profesional para conseguir clientes satisfechos, capaces de dar buenas referencias del lugar turístico visitado.

#### 4.1. Atención al Cliente

#### 4.2. El Cliente

El cliente es toda aquella persona con la que existe una relación de intercambio. Es quien hace uso de algún servicio específico y, como tal, se le debe dar un buen trato, es el centro del negocio, su satisfacción supone en gran parte la supervivencia de la organización.

#### 4.3. Ciclo de la comunicación

Según el sitio web Aprendiendo a comunicarse (WordPress), los elementos que intervienen en el ciclo de la comunicación son:

- **Emisor:** Es la persona que comunica el mensaje (el guía).
- **Receptor:** Es la persona que recibe el mensaje emitido por el emisor (el turista).
- **El mensaje:** Es la información que transmite el guía al turista, acerca de los atractivos que se va a conocer.
- **Código:** Sistemas de signos lingüísticos que se utilizan para establecer la comunicación entre un emisor y un receptor (las manos, mirada, expresiones de la cara).
- **Canal:** Es el medio a través del cual se transmite un mensaje entre el emisor y el receptor.

#### **4.3.1. Comunicación verbal**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (MINCETUR), señala en su *Manual para buenas prácticas* que la comunicación verbal es aquella que se da a través del uso de la voz y las palabras adecuadas, mediante la interacción entre dos o más personas (24).

#### **4.3.2. Comunicación no verbal**

El mismo manual (MINCETUR 24) dicta que la comunicación no verbal es la que se da por signos lingüísticos, a través de un medio interactivo como: gestos, postura, tono de voz, entre otros.

#### **4.3.3. Comunicación Efectiva**

1. Saludar al cliente, esto hará que el cliente se sienta acogido.
2. Brindar precisión en lo que se ofrece, no ofrecer lo que no se va a cumplir.
3. No omitir ningún detalle, respetar los precios establecidos en caso de algún cambio debe ser comunicado para evitar molestias.
4. Conocer al cliente antes de iniciar la comunicación, se debe conocer al cliente mediante un pequeño diálogo. (MINCETUR 23)

#### **4.4. Normas básicas de cortesía para la atención al cliente**

- Saludar a los turistas.
- Identificarse.
- Ofrecer la ayuda de inmediato.
- Llamar al cliente por su nombre.

- Sonreír siempre.
- Demostrarle al cliente que es un gusto servirle.
- Mantener el aspecto físico bien cuidado y aseado.
- Dirigirse al cliente con respeto.
- Escuchar con atención.
- Satisfacer las necesidades del turista y hacer sugerencias.
- Ofrecer ayuda y servicios adicionales.
- Agradecer la visita del cliente e invitarle a volver.

#### 4.5. Tipos de clientes

**Alegre:** Es la persona que tiene un buen sentido del humor.

**Tímido e introvertido:** Es la persona que no tiene ninguna queja, no da paso al error y si es que lo tiene el ya no regresa .

**Exigente:** Es la persona que busca la excelencia en el servicio, es caprichoso y siempre cree tener la razón.

**Protestón:** Es aquella persona que todo le parece mal y siempre quiere llamar la atención.

**Apurado:** Siempre está de prisa y exige ser atendido de manera inmediata, sin respetar a las demás personas.

**Indeciso:** No sabe lo quiere, ni lo que el realmente desea.

**Depistado:** Aquella persona que desconoce de muchas cosas y no presta atención cuando se dirigen a él.

**Preguntón:** Es la persona que espera saber al detalle la información.

## **4.6. Como tratar a los clientes**

El buen trato hacia los clientes es muy importante para mantener la confianza en todo momento, para ello se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Solicitar su opinión.
- No ponerse a la defensiva.
- No hay que prometer lo que no se va a cumplir.
- Se debe demostrar interés y paciencia.
- Evitar provocar disgustos.
- Mirar siempre a los ojos y hablar con una voz suave y relajada.

### **4.6.1. Palabras claves durante la atención al cliente**

Al momento de prestar el servicio se debe emplear correctamente el lenguaje, y las palabras que ayudarían en el proceso de comunicación pueden ser:

- Bienvenido
- Siga por favor
- Gracias
- Permiso
- Continuemos por favor
- ¿En qué le puedo ayudar?
- ¿Necesita algo más?
- ¿Cómo le pareció el servicio recibido?

- Espere un momento por favor
- Tome asiento por favor
- Que disfrute el recorrido
- Cualquier inquietud estamos a las órdenes
- Gracias por su visita
- Hasta pronto
- Buen viaje

#### **4.7. Pérdida de clientes**

La pérdida de clientes es uno de los riesgos más preocupante para una empresa, y muchas veces los factores que influyen en este alejamiento son la mala atención o el desinterés que se le presta al cliente.

Los clientes son el factor más importante para el surgimiento del negocio, por lo tanto implica mantener su fidelidad, satisfacción y confianza para no perderlos. (Mendoza)

#### **4.8. Consejos para el cliente, antes de hacer uso del servicio**

Los siguientes consejos serán útiles para que los clientes puedan usar correctamente los servicios turísticos:

1. Seguir las instrucciones del guía.
2. Respetar las costumbres y tradiciones del pueblo.
3. Llevar la ropa adecuada para la caminata.
4. No botar basura en el trayecto del recorrido.
5. Caminar por los senderos.

6. No adquirir la flora y fauna nativas del lugar.
7. Cuidar de sus pertenencia.
8. Disfrutar del paisaje sin causar ningún daño.

#### **4.9. Problemas con los clientes y atención a las quejas**

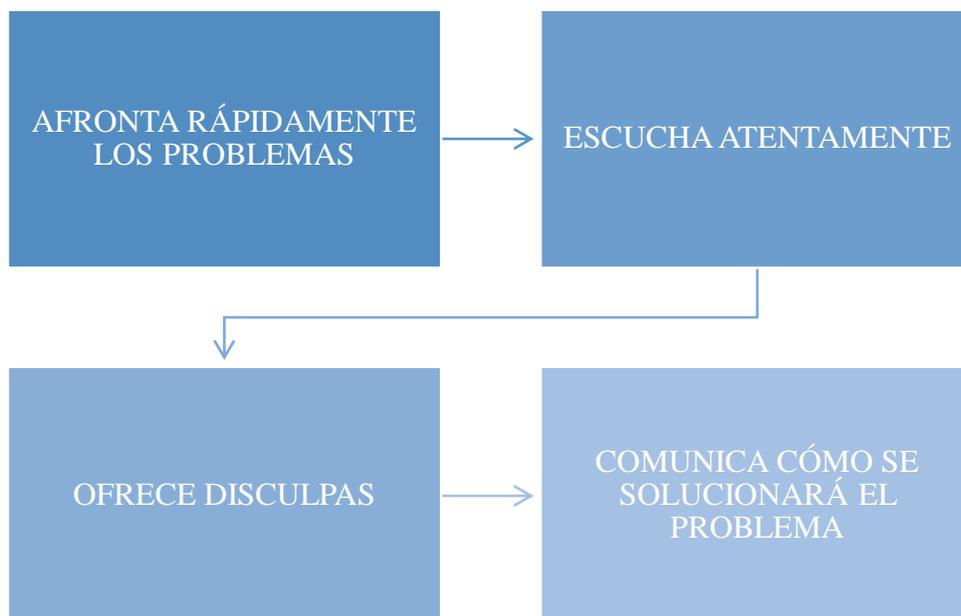
Un problema o reclamo mal manejado podría ocasionar la pérdida de ese cliente, o a su vez podría significar la pérdida de varios posibles clientes, debido a los malos comentarios que generaría el cliente que se siente afectado.

Por otro lado, un problema o reclamo bien manejado significará una oportunidad para reconocer las fallas y mejorar. Así se podrá mantener la relación con el cliente, logrando que se sienta importante para la empresa.

Según el *Manual de buenas prácticas* del MINCETUR de Perú, a continuación se muestran algunos pasos que a seguir para el manejo adecuado de problemas y quejas (13).

### Ilustración 1

#### PASOS PARA UNA BUENA ATENCIÓN DE LAS QUEJAS



Autores: **Diana Avila, Angélica Lazo**  
Fecha: **Diciembre 2015**

Si se consideran y se ponen en práctica estos consejos, se podrá extraer aspectos positivos de una queja, como por ejemplo mejorar el servicio y rectificar los errores, de manera que el cliente se sienta feliz y el servidor exitoso al haber resuelto una queja de forma eficaz.

#### **4.10. El lugar donde se atiende al cliente debe tener los siguientes aspectos a considerar**

A más de brindar un excelente trato al cliente, se debe tener en cuenta que el lugar donde se lo recibe debe cumplir ciertos parámetros de limpieza, orden y cuidado, de modo que cause una buena impresión y permita al cliente sentirse como en casa.

Entre las prácticas más recomendadas para mantener una correcta presentación del lugar de trabajo están:

- Mantener limpio el lugar.
- Iluminar correctamente el lugar.
- Disponer de asientos o espacios de descanso.
- Decorar sutilmente y sin exageraciones.
- Mantener en todo momento el orden, los objetos en su sitio.
- No obstaculizar los accesos (entradas o salidas)
- Disponer de baterías sanitarias en perfecto estado y constantemente desinfectadas.

## 4.11. Casos prácticos

### CASO 1

Ilustración 2  
CASO PRÁCTICO



Fuente: <http://www.imagenesyfotosde.com>

Mientras el guía da la bienvenida, un grupo de jóvenes conversan y se ríen entre sí. El guía no dice nada y continúa con la explicación, luego de unos minutos la situación incómoda se vuelve a repetir.

- ¿Cómo reaccionaría usted frente a esta situación, si fuese el guía? ¿Qué actitud tomaría? ¿Qué actitud tomaría?

.....  
.....

- ¿Qué haría usted para que esta situación no afecte a los demás turistas que están atentos a la información?

.....  
.....

## CASO 2

Ilustración 3  
CASO PRÁCTICO



Fuente: <http://www.imagenesyfotosde.com>

En la visita a la comunidad de Ucumari llegan 10 turistas, al finalizar el recorrido un turista se pone muy alterado y empieza a discutir con el guía porque no se cumplió con el itinerario tal como se había ofrecido. Los motivos fueron debido a una fuerte lluvia.

- ¿Cómo reaccionaría usted frente a esta situación, si fuese el guía? ¿Qué actitud tomaría?

.....  
.....

- ¿Qué haría usted para que esta situación no afecte a los demás turistas?

.....  
.....

- ¿Qué solución brindaría?

.....  
.....

- ¿Cómo recompensaría el servicio incompleto?

.....  
.....

### CASO 3

Ilustración 4  
CASO PRÁCTICO



Fuente: <http://www.imagenesyfotosde.com>

Si un turista quiere dar una crítica del servicio recibido, pero tiene una actitud negativa, y todo lo que dirá seguro será negativo.

- ¿Qué haría usted si un cliente le pide expresar su punto de vista un tanto molesto?

.....  
.....

- ¿Cómo reaccionaría usted frente a esta situación, si fuese el guía? ¿Qué actitud tomaría?

.....  
.....

- ¿Qué solución daría en caso de poder arreglar estos inconvenientes?

.....  
.....

## **Conclusión**

Después de finalizada la “adecuación del Centro de Interpretación” se buscó definir cuáles serían los temas necesarios para la capacitación de los prestadores de servicios turísticos de la comunidad de Ucumari. La información desarrollada fue básica y con términos fáciles de entender, la misma contiene imágenes, ya que el target de capacitación son personas adultas y lo que se busca es que ellos sólo con visualizar las imágenes puedan participar y entender esta capacitación. La información se desarrolló con base en modelos de capacitaciones de otros centros turísticos que realizan actividades similares a las de esta comunidad. (Delgado)

## **Conclusión**

Se realizó el proyecto de adecuación del centro de interpretación de Ucumari, el cual ayudará a mejorar el proceso de explicación de las diferentes actividades que se realizan dentro del recorrido y por ende estratégicamente facilitara a los encargados de desarrollar el mismo.

Con este proyecto se ha alcanzado todos los objetivos que nos hemos planteado, el mismo que ha tenido como resultado un centro de interpretación adecuado y equipado como se propuso, para que los turistas hagan uso y se informen de todo lo que engloba el turismo comunitario a través de las fotografías y su respectiva descripción .

Otro de los aspectos fue la labor de vinculación que nos permitió el trabajo conjunto con la comunidad, donde pudimos aportar técnica y prácticamente para que se ejecute correctamente los objetivos.

Para culminar y finalizar queremos destacar que como enseñanza en la parte humanitaria obtuvimos la satisfacción de servir y ayudar a las personas con un gesto amable, el mismo que nos llena de gratitud y agradecimiento con cada uno de los miembros de la comunidad.

## ANEXOS

### Matrices

#### Matrices: Matriz de Evaluación

<b>Equipo</b>	<b>Temas:</b>	<b>Información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
<b>Asociación de la Comunidad de Ucumari</b>	Conocimiento del turismo comunitario	Cuanto saben de los atractivos que disponen.	Presidente de la asociación	Entrevista con la asociación
<b>Estudiantes</b>	Conocimiento en el tema turístico	Aplicación de conocimientos	Materias cursadas	Información Bibliográfica
<b>Lcda. Tania Aguirre</b>	Mediación entre la comunidad y estudiantes	Información de la comunidad y avance del proyecto	Representante del departamento de turismo	Información Bibliográfica
<b>Tutor del Proyecto</b>	Orientación del proyecto	Relación del tutor con el proyecto	Dirigente del proyecto	Tutorías

**Matrices: Matriz de Involucrados**

GRUPOS:		INTERESES:	PROBLEMAS PERCIBIDOS:	RECURSOS/MA NDATOS
BENEFICIARIOS DIRECTOS	Asociación de la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Económico.</li> <li>• Sociales.</li> <li>• Fuentes de empleo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitados recursos económicos.</li> <li>• Tiempo reducido para esta actividad</li> <li>• Escases de transporte.</li> <li>• Déficit publicitario de la oferta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento</li> <li>• Coordinación de actividades</li> <li>• Fortalecimiento de la actividad turística.</li> <li>• Promoción turística</li> </ul>
	Las Familias de Ucumari	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la planta turística</li> <li>• Promoción turística</li> <li>• Incrementar el número de turistas</li> <li>• Mejorar la calidad de vida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad para gestionar los servicios básicos.</li> <li>• Escasa Promoción</li> <li>• Poca publicidad del sector</li> <li>• Falta de capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor atención a la comunidad.</li> <li>• Ser promocionado</li> <li>• Mayor publicidad</li> <li>• Capacitación</li> </ul>

BENEFICIARIOS INDIRECTOS	Estudiantes de la UDA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquirir experiencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexperiencia de proyectos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración de la comunidad.</li> </ul>
	Turistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento.</li> <li>• Información</li> <li>• Distracción.</li> <li>• Compras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca Información.</li> <li>• Escasa capacitación.</li> <li>• Escasa organización</li> <li>• Escasa oferta productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor publicidad.</li> <li>• Capacitación a los guía.</li> <li>• Organización de la ruta.</li> <li>• Oferta de productos.</li> </ul>
	Parroquia el progreso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Económicos. Promoción de la parroquia.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor apoyo en promoción.</li> </ul>
EXCLUIDOS	Familias que no se integran en el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración al proyecto.</li> </ul>	Reconocimiento de los beneficios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración para el proyecto.</li> </ul>

**Matrices: Matriz de Actores**

<b>MATRIZ DE ACTORES</b>							
<b>Cod</b>	<b>Actores</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1</b>	Licenciada Tania Aguirre	1	1	1	1	1	5
<b>2</b>	Juan Carlos Chillogallo	0	1	1	1	1	4
<b>3</b>	Sr. Serafín Chillogallo	0	0	1	0	0	1
<b>4</b>	Mauricio Peñaloza	0	0	1	1	1	3
<b>5</b>	Leonardo Zhumilima	0	0	1	0	1	2
	<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

<b>10</b>	<b>DOMINANTES</b>											
<b>9</b>												
<b>8</b>												
<b>7</b>							<b>INFLUYENTES</b>					
<b>6</b>		.1										
<b>5</b>			.2									
<b>4</b>				.4								
<b>3</b>					.5							
<b>2</b>						.3						
<b>1</b>							<b>BORREGOS</b>					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		

**Matrices: Matriz de proyección**

<b>PROSPECTIVA</b>	<b>QUE EXISTE AHORA</b>		<b>PROYECCION</b>
<p><b>Seguridad</b></p> <p><b>Inclusión</b></p> <p><b>Insalubridad</b></p> <p><b>Incomodidad</b></p>	<p>➤ ADECUACIÓN</p>	 <p>Como se puede observar solo tenemos la infraestructura del centro de interpretación, no tiene ventanas, puertas.</p>	 <p>En el siguiente gráfico damos conocer nuestra propuesta, en donde se proyecta la infraestructura ya lista para su funcionamiento.</p>
	<p>➤ EQUIPAMIENTO</p>	 <p>En la parte interior se puede observar troncos de madera destinadas para los asientos, no existe una puerta, ni ventanas.</p>	 <p>En la parte interna del centro se realiza el equipamiento de las ventanas, los asientos y puertas.</p>

	<p>➤ DISEÑO</p>	 <p>En la parte del diseños del letrero se observa que está en mal estado y dentro del centro no hay ningún material interpretativo que indique los atractivos que se van a visitar.</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lo que nosotros proponemos es realizar un diseño de acuerdo a la señal ética del MINTUR.</li> <li>➤ La elaboración del material interpretativo e informativo como: mapas, afiches, trípticos y fotografías del lugar.</li> </ul>
	<p>➤ ORGANIZACIÓN</p>	 <p>En el proyecto tenemos la colaboración de la asociación de la comunidad de Ucumari, quienes nos ayudan directamente con la adecuación del centro, haciendo mingas comunitarias, reuniones y a portando con la mano de obra.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Las capacitaciones se dictaran a los guías que van a estar el frente del proyecto.</li> </ul>



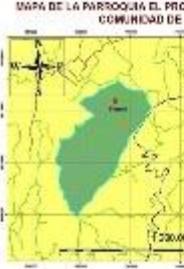
### Esquema Lógico Básico.

INFRAESTRUCTURA	EQUIPAMIENTO	DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO	CAPACITACIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar la entrevista con la comunidad</li><li>• Organizar la primera Minga de limpieza del entorno del centro de interpretación</li><li>• Comprar las lijas y el barniz para los bancos</li><li>• Lijar bancos de madera y pintar.</li><li>• Adquirir la madera para elaborar puertas y ventanas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Levantar el estado actual del lugar.</li><li>• Diseñar la instalación eléctrica.</li><li>• Presupuestar la instalación eléctrica</li><li>• Diseñar como va a quedar el Pintado, adecuado y colocado del mobiliario.</li><li>• Diseñar de la estantería</li><li>• Convocar a los miembros de la asociación para colocar el mobiliario</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar el material informativo y el letrero principal.</li><li>• Presupuestar el diseño del material informativo.</li><li>• Contratar a un diseñador gráfico</li><li>• Retirar el material informativo.</li><li>• Reunir a los miembros de la asociación para colocar el material informativo</li><li>• Colocar los materiales informativos ya elaborados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preparar los Temas</li><li>• Escoger el material</li><li>• Hacer el cronograma para dictar las capacitaciones.</li><li>• Contratar a los capacitadores</li><li>• Convocar a la gente</li><li>• Desarrollar el taller.</li></ul>

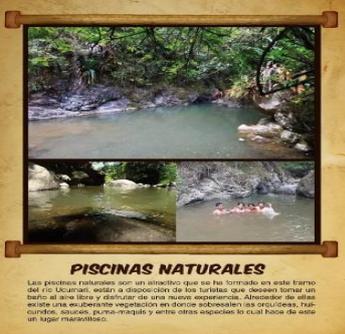
## Marco lógico

Visión de la situación actual del Cantón	Realizar la entrevista con la comunidad.	Levantar el estado actual del lugar.	Diseñar el material informativo y el letrero principal.	Preparar los temas.
Recolectar los datos informativos	Organizar la primera minga de limpieza del entorno del Centro de Interpretación.	Medir el área del local para fijar los puntos de energía eléctrica.	Describir la información que va estar en el material informativo.	Escoger los temas.
Evaluar los principales problemas del lugar	Comprar las lijas y el barniz para los bancos de madera.	Presupuestar la instalación eléctrica.	Presupuestar el diseño del material interpretativo.	Hacer el cronograma para dictar las capacitaciones.
Elaborar los mapas de ubicación	Lijar los bancos de madera y barnizarlos.	Colocar la energía eléctrica.	Contratar a un diseñador gráfico.	Contratar a los capacitadores.
Describir los principales beneficios del proyecto	Adquirir la madera para la construcción de las puertas y ventanas.	Diseñar la maqueta.	Retirar el material informativo.	Convocar a la gente.
		Diseñar la estantería.	Colocar los materiales informativos ya elaborados.	Desarrollar el taller.
		Convocar a los miembros de la Asociación para colocar el mobiliario.		

## Marco lógico 1

Resumen Narrativo	Indicadores Objetivamente Verificables	Verificación	Factores de Riesgos
Fin: La comunidad de Ucumari cuenta con un Centro de Interpretación, para dar una breve información de los atractivos y lugares que turista visitara.	El objetivo del proyecto es dar a conocer los atractivos turísticos y la participación que tienen como miembros de turismo comunitario en el centro de interpretación turística		Aprobación del proyecto
Propósito: Se Adecuo el centro de interpretación turística en el cantón Nabón, sector Ucumari. En el periodo septiembre 2015 a Febrero del 2016.	M1:100% del enfoque de la situación del cantón analizada hasta el 15 de Diciembre del 2015.		

## Marco lógico 1

<p><b>M2: 100% de la delineación del material publicitario satisfactoriamente terminado hasta el 7 de Enero del 2016</b></p>	 <p><b>PISCINAS NATURALES</b>      Las piscinas naturales son un atractivo que se ha formado en este tramo del río Ucaurán, están a disposición de los turistas que desean tomar un baño al aire libre y disfrutar de una nueva experiencia. Alrededor de ellas existe una exuberante vegetación en donde sobresalen las orquídeas, helechos, sauces, pino-maqui y entre otras especies lo cual hace de este un lugar maravilloso.</p>	<p><b>Anticipar la entrega del material</b></p>
<p><b>M3: 100% de la acomodación del equipamiento del mobiliario correctamente adecuados hasta el 17 de febrero del 2016</b></p>		<p><b>Colaboración de la comunidad</b></p>
<p><b>M4: 100% de la capacitación cumplida hasta el 30 de enero del 2016</b></p>	<p><b>Evaluación</b></p>	<p><b>Participación de la Comunidad</b></p>

## Marco lógico 2

Resumen Narrativo	Indicadores Objetivamente Verificables	Medios de Verificación	Factores de Verificación
<b>RESULTADOS</b>			
<b>R1:Elaborar un diagnóstico contextual del cantón Nabón, sector Ucumari</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% del estudio del análisis contextual del cantón hasta el 13 de Noviembre del 2015.</li> </ul>	Informe	Aprobación del Diagnostico
	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% de la recolección de los datos obtenidos correctamente hasta el 20 de Noviembre del 2015</li> </ul>	Informe	Información obtenida satisfactoriamente
<b>R2:Diseñar el material informativo para el centro de interpretación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% de los gráficos publicitarios diseñados hasta el 7 de Diciembre del 2015.</li> </ul>		Anticipar la entrega del material diseñado
	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% de la información del material informativo detallado hasta el 7 de Diciembre del 2015.</li> </ul>		Información correcta

## Marco lógico 2

<p><b>R3:</b> Adecuar el centro de Interpretación turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% de la colocación del mobiliario hasta el 17 de Enero del 2016</li> <li>• 100% de la colaboración de la comunidad para la adecuación hasta el 13 de Enero del 2016</li> </ul>		<p>Apoyo de la comunidad</p>
<p><b>R4:</b> Capacitar al personal que elaborara en el centro de interpretación en el tema de atención al cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% del personal instruido satisfactoriamente hasta el 1 de Febrero del 2016</li> <li>• 100% de los temas seleccionados correctamente hasta el 28 de Enero del 2015</li> <li>• 100% del cronograma de actividades realizado hasta el 25 de Enero del 2015</li> </ul>	<p>Evaluación</p> <p>Informe</p>	<p>Asistencia de la comunidad</p> <p>Cumplimiento del cronograma.</p>

### Marco lógico 3

Actividades	Cantidad	Duración	Gasto	Honorario	Total	Medios de Verificación	Factores de Riesgo
Visión de la situación actual del Cantón.	1	13/11/2015	20	40	20	Informe	Aprobación
Recolectar los datos informativos Del lugar.	1	20/11/2015	20		20	Informe	
Evaluar los principales problemas	1	25/11/2015	5		5	Informe	Conocimientos aprendidos
Elaborar los mapas de ubicación	2	26/11/2015	30		100		

### Marco lógico 3

Pulido de bancos de madera.	1	5/12/2015	35	40	35		Apoyo de la comunidad
Cortado de madera	1	5/12/2015	20	56	20		Asistencia
Diseño de material publicitario y letrero	1	04-07/01/16	265		450		Anticipar la entrega del Diseño
Elaborar la puerta, ventanas y colocarlas	2	09-17/01/16			610		Distribuir bien el tiempo
Instalación de la energía eléctrica	2	23/01/2016	156		156		
Contratar a un diseñador para el asesoramiento del material	1	30/01/2016	90		400	Informe	
Diseñar el material informativo y el letrero principal	1	30/02/2016	200		300	Contrato	Cumplimiento del contrato

Retirar el material informativo	1		10		10	Informe	Entrega del material
Escoger los temas		26/01/2016	5		5		
Hacer el cronograma para dictar las capacitaciones		25/01/2016	10		10	Informe	
Contratar a los capacitadores	2	19/01/2016	800		800	Contrato	Aceptación del contrato
Convocar a la gente		25/01/2016	20	40	20		Asistencia de la comunidad
Desarrollar el taller		6/2/2016	50		50	Evaluación	Cumplimiento con el taller

## Anexos

**Fotografía 1:** Reconocimiento del lugar



**Fotografía 2:** Comida comunitaria



**Fotografía 3:** Reunión con Asociación de turismo comunitario Ucumari



**Fotografía 4:** Minga de limpieza



**Fotografía 5:** Recolección de madera



**Fotografía 6:** Pulido y barnizado de bancos



**Fotografía 7:** Elaboración de la puerta y ventanas



**Fotografía 8:** Colocación de las ventanas



**Fotografía 9:** Siembra de plantas



**Fotografía 10: Capacitación**



**Fotografía 11:** Lista de asistencia de los participantes en la capacitación.

ASOCIACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO UCUMARI

CAPACITACIÓN A LOS GUIAS EN EL TEMA "ATENCIÓN AL CLIENTE "

Nombre de las capacitadoras: Angélica Lazo; Diana Avila

FICHA DE ASISTENCIA: Dos de Febrero del 2016

Nombres	Apellidos	Hora de entrada	Hora de salida	Firma
Rosa Leticia	Horacho Horacho	8:00 AM	13:00 PM	<i>Rosa Leticia Horacho</i>
Alfonsina María	Peñalaza	8:00 AM	13:00 PM	<i>Alfonsina María Peñalaza</i>
Abel Mauricio	Peñalaza	8:00 AM	13:00 PM	<i>Abel</i>
Juan Carlos	Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	<i>Juan Carlos</i>
Nataly Cecilia	Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	<i>Nataly</i>
Michael Andrés	Horacho Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	<i>Michael</i>
Ibon Oswaldo	Carchi Horacho	8:00 AM	13:00 PM	<i>Ibon</i>
Irone Isabel	Zhumilima Quezada	8:00 AM	13:00 PM	<i>Irone</i>
Hilda Marina	Peñalaza Brasilera	8:00 AM	13:00 PM	<i>Hilda</i>
		Total horas	7: horas	
		Total de la Capacitación		21 horas

ASOCIACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO UCUMARI

CAPACITACIÓN A LOS GUIAS EN EL TEMA "ATENCIÓN AL CLIENTE "

Nombre de las capacitadoras: Angélica Lazo; Diana Avila

FICHA DE ASISTENCIA: Cinco de Febrero del 2016

Nombres	Apellidos	Hora de entrada	Hora de salida	Firma
Rosa Leticia	Moracho Moracho	8:00 AM	13:00 PM	<i>Rosa Leticia Moracho</i>
Alfonsina María	Peñalosa	8:00 AM	13:00 PM	<i>Alfonsina María Peñalosa</i>
Abel Mauricio	Peñalosa	8:00 AM	13:00 PM	<i>Abel</i>
Juan Carlos	Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	<i>Juan Carlos</i>
Nataly Cecilia	Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	<i>Nataly</i>
Michael Andrés	Moracho Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	<i>Michael</i>
Jhon Oswaldo	Cacchi Moracho	8:00 AM	13:00 PM	<i>Jhon</i>
Frene Isabel	Zhumilima Quezada	8:00 AM	13:00 PM	<i>Frene</i>
Hilda Marina	Peñalosa Peñalosa	8:00 AM	13:00 PM	<i>Hilda</i>
		Total horas	7 horas	

ASOCIACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO UCUMARI

CAPACITACIÓN A LOS GUIAS EN EL TEMA "ATENCIÓN AL CLIENTE"

Nombre de las capacitadoras: Angélica Lazo; Diana Avila

FICHA DE ASISTENCIA: Seis de Febrero del 2016

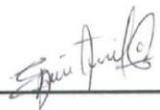
Nombres	Apellidos	Hora de entrada	Hora de salida	Firma
Rosa Leticia	Morecho Morecho	8:00 AM	13:00 PM	Rosa Leticia Morecho
Alfonsina María	Peñalza	8:00 AM	13:00 PM	Alfonsina María Peñalza
Abel Mauricio	Peñalza	8:00 AM	13:00 PM	Abel Mauricio
Juan Carlos	Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	Juan Carlos
Nataly Cecilia	Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	Nataly Cecilia
Michael Andrés	Morecho Chillogallo	8:00 AM	13:00 PM	Michael Andrés
Jhon Oswaldo	Carchi Morecho	8:00 AM	13:00 PM	Jhon Oswaldo
Frene Isabel	Zhumilma Quezada	8:00 AM	13:00 PM	Frene Isabel
Hilda Marina	Peñalza Peñalza	8:00 AM	13:00 PM	Hilda Marina
		Total horas	7: horas	

**Fotografía 12:** Acta de culminación del proyecto.

## ACTA DE ENTREGA

El día 17 de abril del 2016, en la Comunidad de Ucumari, cantón Nabón. Provincia del Azuay, las señoritas Diana Avila Saquicela y Angélica Lazo Rocano, egresadas de la Universidad del Azuay, hacen la entrega del Centro de Interpretación Turística Adecuado como se había propuesto a los Socios del Turismo Comunitario de Ucumari.

**Entrega:**



---

Diana Avila



---

Angélica Lazo

**Recibe:**



---

Mauricio Peñaloza

Coordinador del Turismo Comunitario en Ucumari

## Bibliografía

ATENCIÓN AL CLIENTE. Cuenca, 2009.

AZUAY. <http://elprogreso.gob.ec/azuay/?p=97>. 14 de Abril de 2011.

Bertonatt, Claudio. *Fundación Naturaleza para el Futuro*. 2008. 17 de Diciembre de 2015.  
<<http://www.naturalezaparaelfuturo.org/new/centros/centros.asp>>.

Chillogallo, Serafín. *Historia de Ucumari* Diana Avila y Angélica Lazo. Nabón, 21 de Noviembre de 2015. Entrevista.

Delgado, Andrea. *Módulo de atención al cliente*. Cuenca, 2009. 15 de Marzo de 2016.

ETAPA. s.f. <http://www.etapa.net.ec>. 28 de ENERO de 2016.

FotoNostra. s.f. 11 de enero de 2016.

<<http://www.fotonostra.com/grafico/clasespublicitario.htm>>.

GAD El Progreso. *GAD Parroquial Rural El Progreso*. 14 de Abril de 2011. Publicación. 15 de Diciembre de 2015. <<http://elprogreso.gob.ec/azuay/?p=97>>.

Garcia, Mario. «CENTROS DE INTERPRETACIÓN.» 2004. 15 de Diciembre de 2015.  
<[https://cmsdata.iucn.org/downloads/cuaderno4\\_centrosinterpretacion\\_br.pdf](https://cmsdata.iucn.org/downloads/cuaderno4_centrosinterpretacion_br.pdf)>.

Hinostroza, Carolina Janneth. 2013. *Repositorio Digital-UPS*. Documento. 15 de Diciembre de 2015. <<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5712/1/UPS-CT002801.pdf>>.

MAE. *MINTUR*. 2013. 28 de ENERO de 2016. <<http://www.ambiente.gob.ec/mae-construye-centro-de-interpretacion-de-tortugas-marinas-en-manabi/>>.

Martín, Carolina. «ESTUDIO ANALÍTICO DE LOS CENTROS DE INTERPRETACION EN ESPAÑA.» Abril de 2011. 25 de Noviembre de 2015.  
<[www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/38355/CMP\\_TESIS.pdf?...1](http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/38355/CMP_TESIS.pdf?...1)>.

Mendoza, Alvaro. *mercadeoglobal.com*. 07 de Febrero de 2012. Artículo. 20 de Enero de 2016. <<http://mercadeoglobal.com/blog/porque-se-pierden-los-clientes/#comments>>.

MINCETUR. Octubre de 2010. 25 de Febrero de 2016.  
<[http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs\\_documentos\\_Cultur/MBP\\_atencion\\_cliente\\_dirigido\\_ge\\_ad\\_mm.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MBP_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf)>.

MINTUR. *MINTUR Noticias*. 2013. 28 de ENERO de 2016.  
<<http://www.turismo.gob.ec/mejoran-instalaciones-de-centro-de-interpretacion-del-parque-botanico-de-sucua/>>.

ONU. «Código Ético.» s.f.

<<http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>>.

«Reglamento General de Actividades Turísticas.» s.f. <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>.

WordPress. *Aprendiendo a comunicarse*. 18 de Septiembre de 2013. Publicación. 25 de Febrero de 2016. <<https://carlosisro505.wordpress.com/ciclo-de-la-comunicacion/>>.