

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE
MANABÍ**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
INVESTIGACION, RELACIONES Y COOPERACIÓN
INTERNACIONAL**

TESIS DE GRADO

**PREVIO AL GRADO DE MAGISTER EN GERENCIA
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**“LA CAPACITACIÓN DEL SECTOR HOTELERO Y
SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN TURÍSTICA DE LA
PARROQUIA TARQUI, CANTÓN MANTA, PERÍODO
2007-2008.”**

AUTORA: MOREIRA VERA DOLORES

TUTOR: LEÓN ZAMBRANO ARTURO

MANTA-ECUADOR

2008

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema:

“La Capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la Parroquia Tarqui, cantón Manta, período 2007-2008”, de la estudiante Dolores del Rocio Moreira Vera, alumna del Programa de Maestría en Gerencia Turística y Hotelera, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal Examinador.

Manta, 24 de marzo del 2008

Arq. Arturo León Zambrano
EL TUTOR

RESPONSABILIDAD DE LA AUTORA

Los resultados y conclusiones obtenidos en este trabajo de investigación son de estricta responsabilidad de la autora y tiene como respaldo las citas de los autores reconocidos y que se presentan en las bibliografías correspondientes.

Dolores Moreira Vera.

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE
MANABI**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
INVESTIGACIÓN, RELACIONES Y COOPERACIÓN
INTERNACIONAL**

MAESTRÍA EN GERENCIA TURÍSTICA Y HOTELERA

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban la TESIS DE GRADO, sobre el tema:

“LA CAPACITACIÓN DEL SECTOR HOTELERO Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN MANTA, PERÍODO 2007-2008”

De la estudiante: Moreira Vera Dolores, alumna de la Maestría de Gerencia Turística y Hotelera.

Para constancia firman:

PRESIDENTE

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A mis padres, quienes me inculcaron el deseo de superación; haciendo que escalara un peldaño más en mi vida profesional.

A mi esposo por su colaboración dentro del hogar y su apoyo incondicional, para la realización del presente trabajo de investigación.

Dolores Moreira Vera

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fe y la fortaleza para seguir cada día adelante.

Al centro de Postgrado de la Universidad Laica “ELOY ALFARO” de Manabí, por las facilidades y predisposición para la ejecución de la MAESTRÍA EN GERENCIA TURÍSTICA Y HOTELERA; al Doctor Ramón Mendoza, coordinador de la maestría por su entrega a la misma; a mis compañeros maestrantes que compartieron alegrías, tristezas y sobre todo, sus experiencias en el campo profesional y a los maestros que sin egoísmo facilitaron el conocimiento; al decano de mi Facultad de Administración Turística y Hotelera Lcdo. Jouver Azúa, por su motivación y apoyo durante los dos años de estudios.

Un especial agradecimiento: A mi Tutor de Tesis Ing. Arturo León y a los miembros del tribunal de grado, por sus recomendaciones y sugerencia para la ejecución de la del informe de investigación.

Dolores Moreira Vera

INDICE DE CONTENIDOS

- I. Portada.
- II. Aprobación del Tutor.
- III. Autoría de la Tesis.
- IV. Aprobación del Tribunal de Grado.
- V. Dedicatoria.
- VI. Agradecimiento.
- VII. Índice de contenidos.
- VIII. Índice de Tablas y gráficos.
- IX. Resumen ejecutivo.
- X. Abstract

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I.- EL PROBLEMA	Pág.
1.1.- Tema.	15
1.2.- Planteamiento del problema.	15
1.2.1.- Contextualización	15
1.2.1.1. Macro-contexto	15
1.2.1.2. Meso-contexto	17
1.2.1.3. Micro-contexto	18
1.2.2.- Análisis Crítico	20
1.2.3.- Prognosis.	22
1.2.4.- Formulación del problema.	23
1.2.6.- Delimitación del objeto de investigación.	23
1.3.- Objetivos.	24

1.3.1.-	General.	24
1.3.2.-	Específicos.	24
1.4.-	Justificación.	25

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO

2.1.-	Antecedentes investigativos.	27
2.2.-	Fundamentación filosófica.	28
2.3.-	Categorías fundamentales.	30
2.4.-	Fundamentación legal.	55
2.5.-	Hipótesis	59
2.6.-	Variables	59

CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA-

3.1.-	Modalidad básica de la investigación.	60
3.2.-	Nivel o tipo de investigación.	61
3.3.-	Población y muestra	61
3.4.-	Operacionalización de variables.	61
3.5.-	Técnicas e Instrumentos.	65
3.6.-	Recolección de información.	65
3.7.-	Procesamiento de la Información.	66

CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

4.1.-	Análisis.	83
4.2.-	Interpretación de datos.	85
4.3.-	Verificación de hipótesis.	89

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	90
---	----

CAPÍTULO VI.- PROPUESTA.

6.1.- Datos informativos.	92
6.2.- Antecedentes de la propuesta.	93
6.3...- Objetivos.	93
6.4.- Justificación.	94
6.5.- Fundamentación.	95
6.6.- Metodología. Plan de acción.	96
6.7.- Administración.	98
6.8.- Previsión de la evaluación.	101

BIBLIOGRAFÍA.	102
---------------	-----

ANEXOS	103
--------	-----

INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

	Pág.
Tabla 1 y Gráfico 1: Instrucción	66
Tabla 2 y Gráfico 2: Formación profesional universitaria en Hotelería	67
Tabla 3 y Gráfico 3: Estudios técnicos o tecnológicos en Hotelería	68
Tabla 4 y Gráfico 4: Capacitación ocupacional en Hotelería	69
Tabla 5 y Gráfico 5: Capacitación ocupacional interna en el Hotel.	70
Tabla 6 y Gráfico 6: Facilidades para asistir a programas de capacitación	71
Tabla 7 y Gráfico 7: Necesidad de capacitación	72
Tabla 8 y Gráfico 8: Medio Ambiente	73
Tabla 9 y Gráfico 9: Seguridad	74
Tabla 10 y Gráfico 10: Precios	75
Tabla 11 y Gráfico 11: Servicios turísticos de Tarqui	76
Tabla 12 y Gráfico 12: Atractivos turísticos de Tarqui	77
Tabla 13 y Gráfico 13: Calidad del Servicio en el hotel	78
Tabla 14 y Gráfico 14: Imagen turística de Tarqui	79
Tabla 15 y Gráfico 15: Experiencia vivida en Tarqui	80
Tabla 16 y Gráfico 16: Influencia de la capacitación en la imagen turística	81
Tabla 17 y Gráfico 17: Necesidad de capacitación	82

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo “La capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de Tarqui”, tiene como objetivo investigar y plantear propuesta de solución al problema de la capacitación.

La investigación parte del nivel exploratorio que conlleva a descubrir la existencia o no de programas de capacitación en el sector hotelero. Para luego llegar al nivel correlacional que establece relaciones de causa – efecto y permite relacionar las variables de la Hipótesis: La escasa capacitación del sector hotelero influye negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui. Para obtener resultados se escogió el muestreo no probabilístico casual e intencional, seleccionándose para la muestra a los empleados y turistas de los hoteles de segunda categoría de la parroquia Tarqui. Se realizó encuestas, las cuales se tabulan y se representan gráficamente con el modelo de pastel.

Los resultados que se obtuvieron en la investigación, determinaron que es “escasa la capacitación que ha recibido el sector hotelero de la parroquia Tarqui”, llegándose a la comprobación de la hipótesis y recomendándose se proponga un programa de capacitación especializado y enfocado a puestos laborales específicos.

Se presenta propuesta que es un programa de capacitación especializado en hotelería para los puestos de botones, recepcionistas, meseros, cocineros y camareros (as). Propuesta que cubre una necesidad insatisfecha en el sector hotelero de Tarqui y elevará el índice de capacitación de los empleados hoteleros, por lo tanto mejorará la calidad del servicio que se oferta en los hoteles, lo cual tendrá un efecto positivo en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

ABSTRACT

The work “The Training of hotel sector and its influence on the Tarqui Touristic Image” has as purpose searching and establishing proposals of solutions to issues of training.

The searching goes from explorative level which discovers the existences or not of training programs in the hotel sector. For then reach to the correlational level that establish relationship cause-effect and it allows to relate the theory variables: the lack of training on the hotel sector influences negatively on the Tarqui tourist image. To get results it chose the no probabilism sample and intentional selecting for the employees and touristic samples in the second category of Tarqui parish. We made a survive which are table and it represents graphily with the cake statistic.

The results that got the researching, they determined that “it is limited the training the hotel sector of parish Tarqui has received” reaching to the check of the thesis and recommending to propose a specialized training program and focusing to specific workly post.

It presents proposals that is a specialized training program in hotels to the bell boys, receptionists, waiters, chefs and posts. Proposal that covers an unsatisfied need in the Tarqui hotel sector and it will raise the hotel employers training index. Therefore it will get better the service quality that offers in the hotels, which it will have, a positive effect in the Tarqui parish touristic image.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis cuyo tema es: “La Capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la Parroquia Tarqui, cantón Manta” tiene como objetivo general: “Investigar la capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la parroquia Tarqui del cantón Manta y presentar propuesta de acuerdo a los resultados que arroje el informe de investigación”.

Como objetivos específicos:

Identificar el nivel de estudio que tienen los empleados del sector hotelero de Tarqui.

Determinar la participación de los empleados del sector hotelero de Tarqui, en programas de capacitación especializados en hotelería.

Investigar la existencia de programas de capacitación en hotelería, organizados internamente por los empresarios del sector hotelero de Tarqui.

Conocer si los empleados del sector hotelero de Tarqui cuentan con las facilidades para asistir a programas de capacitación especializados en hotelería.

Definir la necesidad de un programa de capacitación especializado en hotelería para el sector hotelero de Tarqui.

Determinar la influencia de la Capacitación del sector hotelero en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

Conocer cuál es la opinión que tienen los huéspedes, sobre el servicio que se oferta en los establecimientos hoteleros de Tarqui.

Identificar cuál es la imagen turística que perciben los huéspedes del sector hotelero de Tarqui.

Presentar propuesta de Capacitación especializada en hotelería para los empleados del sector hotelero de Tarqui.

CAPÍTULO I

Se desarrolla la contextualización del problema, en sus aspectos macro, meso y micro, análisis crítico, se formula el problema y sus delimitaciones. Se manifiestan las razones de la investigación y sus objetivos.

CAPÍTULO II

Se presentan los antecedentes investigativos, se fundamenta filosófica y legalmente. Se plantea la hipótesis “La escasa capacitación del sector hotelero, influye negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui del cantón Manta”.

CAPÍTULO III

El presente trabajo de investigación, es realizado bajo la modalidad de la investigación aplicada. Los métodos utilizados son: deductivo y analítico. Las variables de estudio son: La escasa capacitación en el sector hotelero, influye negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

El tipo de muestreo es no probabilística intencional y su población: los gerentes o administradores, empleados y turistas del sector hotelero de la parroquia Tarqui del cantón Manta.

CAPÍTULO IV

Se realizó análisis e interpretación de los resultados de la investigación y se verifica la hipótesis: La escasa capacitación del sector hotelero influye negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui del cantón Manta.

CAPÍTULO V

Se desarrolló las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO VI

Se presentó la propuesta: PROGRAMA DE CAPACITACIÓN OCUPACIONAL PARA EL SECTOR HOTELERO DE LA PARROQUIA TARQUI DEL CANTÓN MANTA. AÑO 2008-2009.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.- Tema.

“LA CAPACITACIÓN DEL SECTOR HOTELERO Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN MANTA, PERÍODO 2007-2008”

1.2.- Planteamiento del problema.

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Macro-Contexto

Desde un punto de vista geográfico, Ecuador es un país pequeño. No obstante, está caracterizado por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas y por una prolífica población de especies vegetales y animales. El viajero no necesita salir de sus fronteras para trasladarse, en cuestión de horas, de la selva tropical a las estribaciones y alturas de la cordillera de los Andes, para descender luego hacia la costa del Pacífico mientras contempla una sucesión interminable de paisajes naturales.

Ecuador es famoso por las islas Galápagos, pero no es menos cierto que el país es poseedor de la colección de paisajes más variados del mundo y, por tanto, ofrece infinitas posibilidades al turista. En 283.520 kilómetros cuadrados de extensión conviven hermosas playas, imponentes montañas y la misteriosa selva. Además, cualquier época del año es buena para visitar y disfrutar del país. Su geografía

hace que sea uno de los países más ricos en especies animales y vegetales del mundo, a lo que se suma su gran riqueza cultural, que proviene de la fuerte presencia indígena y del pasado colonial español.

En la Costa encontramos innumerables playas de reconocida belleza. En el norte las más importantes son Atacames, Súa y Muisne, situadas cerca del puerto de Esmeraldas y del límite político con Colombia. Guayaquil destaca por la gran infraestructura hotelera y por la concurrida vida nocturna; en la nueva provincia Santa Elena encontramos hermosas playas como Salinas (situada a 150 kilómetros de Guayaquil), Ayangue, Data, Montañita y Olón; en todas ellas se puede desarrollar cualquier actividad recreativa, desde la pesca submarina o el buceo hasta la vela, el *surf* y las excursiones a los diferentes parques naturales. En la provincia de Manabí encontramos también playas muy hermosas y en estado natural agregándole como valor su riqueza gastronómica en donde se pueden saborear exquisitos platos tradicionales.

La Sierra, por su parte, es completamente diferente: picos nevados, cañones, precipicios, cascadas y ríos caudalosos componen su oferta. Existen numerosos lugares dentro de las ciudades importantes que se visitan: así, en Quito la capital, se encuentra situada a 2.760 metros de altitud y posee un contraste llamativo entre la arquitectura colonial y la moderna; dispone de numerosas iglesias, museos, etc. Una de las más tradicionales excursiones que se realizan desde Quito es la que lleva a la Mitad del Mundo, en la población de San Antonio, sólo a 22 kilómetros al norte de la capital. Cuenca es la ciudad perfecta para experimentar la mezcla de culturas y su clima es muy agradable; otro destino que no se puede olvidar es Otavalo, famoso por su artesanía y por sus ferias.

La Amazonía es un mundo exótico e inexplorado, con una vegetación tropical y numerosos ríos y gran variedad de fauna y flora. Es especialmente importante para

el turismo ecológico y de investigación; además, se organizan excursiones para todos los gustos turísticos.¹

En cuanto a la Capacitación en el Ecuador la Educación es un pilar fundamental de desarrollo que está contemplada en la constitución, como una obligación del estado; el cual ha delegado la responsabilidad en el nivel superior a las Universidades y en el nivel técnico a los institutos tecnológicos, quienes deben formar y capacitar a los niveles operativos.

El desarrollo de los recursos humanos es central ante el reto tan importante que las empresas enfrentan en este mundo globalizado y competitivo. La capacitación y desarrollo del recurso humano, debe ser una estrategia empresarial importante en el sector hotelero del país.

1.2.1.2. Meso-contexto

Manabí dentro del contexto nacional es la tercera provincia en importancia en el país, por el gran potencial económico que tiene, gracias a los sectores: comercial, industrial, pesquero, artesanal, agrícola y turístico-hotelero.

En este momento es de gran importancia política, por contar con la sede de La Asamblea Constituyente, lo que hace que la prensa nacional ponga sus ojos en la provincia y que día a día sea noticia, despertando un gran interés en el país por visitarla.

La actividad turística en la provincia de Manabí se ha desarrollado principalmente hacia los cantones costeros y muy poco en los cantones que se encuentran al interior o que son considerados como rurales. En la franja costera es donde principalmente se ha asentado una gran infraestructura hotelera que cubre la demanda de servicios de alojamiento a los turistas nacionales e internacionales.

¹ Centro de Información y Documentación Empresarial sobre Iberoamérica (CIDEIBER) - © 1999, P. 2

En el aspecto Académico la provincia cuenta con tres Universidades que forman profesionales en Turismo, de las cuales sólo la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí” en su sede principal de la ciudad de Manta, cuenta con la especialidad de Administración de Empresas Hoteleras, formando profesionales de tercer nivel, con el título Terminal de “Ingenieros en Administración de Empresas Hoteleras”. A nivel de técnicos, no existe ningún instituto tecnológico que oferte la especialidad de Hotelería.

El Ministerio de Turismo como organismo regulador de la actividad turística ha organizado seminarios de capacitación a nivel de toda la provincia, los cuales se han enfocado a la actividad turística en general y no a la especialización en servicios hoteleros.

El SECAP, organización que se dedica a la capacitación de mano de obra calificada, se encuentra presente en la provincia de Manabí, aunque en los últimos años no ha ofertado cursos de capacitación para el sector hotelero.

La Cámara provincial de Turismo, organización que agrupa a todos los gremios de la actividad Turística, ha enfocado su labor a la promoción de los atractivos turísticos de la provincia y a la oferta de los servicios turísticos.

1.2.1.3. Micro-contexto

En el cantón Manta la actividad turística se ha convertido en los últimos años en un eje de desarrollo para un pueblo que tradicionalmente se dedicó a la actividad pesquera, es así que en la actualidad se cuenta con 78 establecimientos de alojamiento turístico, de los cuales 27 se encuentran en la parroquia Tarquí, con una variedad de oferta como son hoteles, hostales, residenciales, cabañas y moteles, situándoselos dentro de las categorías de segunda, tercera y cuarta, no hallando ningún establecimiento de Primera.

Dentro de la problemática de la capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la parroquia Tarqui, el trabajo de investigación se realizó en los hoteles que se encuentran clasificados dentro de la segunda categoría,² otorgada por el departamento municipal de turismo del cantón Manta: Las Gaviotas, Las Rocas y Chávez Inn.

Hotel “Las Gaviotas”

Con servicios de:

Alojamiento en habitaciones: sencillas, dobles, triples y cuádruples.

Custodia de valores.

Alimentación: Servicio de 07:00- 22:00 horas, en el bar restaurante La Barca, con servicio a la habitación.

Eventos: 2 salones con capacidad para 50 y 200 personas cómodamente sentadas.

Recreación: 2 piscinas, 1 bar-karaoke, 1 sala de billar.

Garaje para 20 vehículos pequeños.

Además cuenta con el servicio de internet, lavandería y planchado.

Capacidad de alojamiento: 170 personas en 50 habitaciones.

Propietario: Señor Víctor Muentes.

Administrado por la empresa JOIMA S.A. en calidad de arrendatario.

Gerente: Eco. Martha de Gómez.

Hotel “Las Rocas”

Con servicios de:

Alojamiento en habitaciones: sencillas, dobles, triples y cuádruples.

Custodia de valores.

Alimentación: Servicio de 07:00-22 horas, en el bar restaurante del hotel.

Eventos: 1 salón con capacidad para 300 personas cómodamente sentadas.

Recreación: no cuenta con áreas recreativas.

Garaje para 20 vehículos pequeños. Cuenta con ascensor.

Capacidad de alojamiento: 180 personas en 60 habitaciones.

²Guía de Servicios Turísticos 2007. Manta Me encanta. Pág. 2, 3, 4, 5,6 y 7.

Propietario: Sr. Ramón Cedeño.

Administrado por: Sra. Lourdes Tinitana en calidad de arrendatario.

Hotel “Chávez Inn”.

Con servicios de:

Alojamiento en habitaciones: sencillas, dobles y triples

Custodia de valores.

Alimentación: Solo servicio de cafetería de 07:00 -10:00 horas.

Recreación: sala de billar y sala de TV con pantalla gigante.

Garaje con capacidad para 25 vehículos pequeños.

Capacidad de alojamiento: 65 personas en 27 habitaciones.

Gerente: Sra. Regina Chávez.

1.2.2.- Análisis crítico.

Los hoteleros juegan un papel vital dentro del grupo de los servidores turísticos, pues ellos ofertan un segmento muy importante como es el alojamiento, el cual facilitará la estadía de los visitantes:

En el hotel los turistas pasarán el mayor tiempo durante su estadía, para lo cual requerirán a su llegada, de botones que los orienten hasta la recepción, de recepcionistas anfitrionas que les den la más calidad de las bienvenidas, de camareras que hayan dispuesto, que la habitación se encuentre limpia, ordenada, ventilada y con todos los detalles previstos para su estadía, de meseros que lo asistan en sus comidas de manera rápida y oportuna, de un chef que prepare sus alimentos de acuerdo a normas sanitarias internacionales, de personal de mantenimiento que realicen con responsabilidad su trabajo, que les permita bañarse a la hora que lo requieran, que puedan comunicarse por teléfono convencional, sin ninguna interferencia, que puedan tener acceso a la electricidad las 24 horas y que todo funcione a la perfección.

Cada uno de los miembros del personal del hotel debe saber cual es su rol, y la importancia que éste tiene en la calidad del servicio que está ofertando el establecimiento hotelero.

La capacitación especializada en hotelería, es un factor determinante en la calidad del servicio que perciben los huéspedes de un establecimiento hotelero; y ésta influye negativa o positivamente en la imagen turística, no sólo del establecimiento, sino que afecta a todo un destino turístico o a una región; y, en muchos casos a los países que viven de esta actividad, por lo que se hace necesario cuidar la imagen turística que proyecten.

Este es un problema que hace que se planteen las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuál es el nivel de estudios que tienen los empleados del sector hotelero de Tarqui?
- 2.- ¿Han asistido los empleados del sector hotelero de Tarqui a programas de capacitación especializados en hotelería?
- 3.- ¿Las empresas del sector hotelero de Tarqui, han organizado internamente programas de capacitación en hotelería?
- 4.- ¿Tienen los empleados del sector hotelero de Taqui, todas las facilidades para asistir a programas de capacitación especializada en hotelería?
- 5.- ¿Es necesario plantear un programa de Capacitación especializado en hotelería, al sector hotelero de Tarqui?
- 6.- ¿Cuál es la influencia de la capacitación del sector hotelero, en la imagen turística de la parroquia Tarqui?

7.- ¿Cuál es la opinión de los turistas, sobre el servicio que ofertan los establecimientos hoteleros de Tarqui?

8.- ¿Cuál es la imagen turística de Tarqui, que perciben los huéspedes del sector hotelero?

1.2.3.- Prognosis.

Si los empresarios hoteleros de Tarqui no asumen con responsabilidad la capacitación del sector, corren el riesgo de perder a sus huéspedes tradicionales y los nuevos que se estarían por captar.

Los Turistas en los actuales momentos son mas conocedores de la Calidad en el servicio y cada vez mas, esperan recibir más por lo que pagan; así éstos esperan de los hoteles, que el servicio sea rápido y eficiente, que no les cause ninguna molestia que podría convertirse en toda una pesadilla, como el robo de sus pertenencias dentro de la habitación, maltrato por parte del personal, o problemas de salud por la ingesta de alimentos en descomposición; esto es un pequeño ejemplo de lo que podría pasar por la escasa capacitación de los empleados del sector hotelero.

Los turistas esperan que sean cubiertas todas sus necesidades y que quienes vayan a cubrir esas necesidades sean personas capacitadas, que demuestren educación, buenos modales y valores, para que su estadía les sea lo más placentera posible.

Si no se adoptan medidas urgentes de aplicación de programas de capacitación, los huéspedes de Tarqui, cada vez más, se irán desplazando al sector hotelero de la parroquia Manta, puesto que éste tiene la ventaja de estar en un sector con mejor imagen turística, revalorizada por los hoteles de Primera como El Hotel Oro Verde y Hotel Howard Johnson.

1.2.4.- Formulación del problema.

¿Cuál es la capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la parroquia Tarqui?

1.2.5.- Delimitación del objeto de investigación.

De Contenido:

Campo: Socio-educativo

Área: Capacitación

Aspecto: Turístico-hotelero.

Tema: “La capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la Parroquia Tarqui, cantón Manta, período 2007-2008”

Problema: La capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

Delimitación Espacial: Hoteles de Segunda Categoría de la parroquia Tarqui del cantón Manta.

Delimitación Temporal: Este problema se estudió en el período comprendido entre Octubre del 2007 a Febrero del 2008.

1.3.- Objetivos.

1.3.1.- Objetivo general:

Investigar la capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la parroquia Tarqui del cantón Manta.

1.3.2.- Objetivos específicos.

- Identificar el nivel de estudio que tienen los empleados del sector hotelero de Tarqui.
- Determinar la participación de los empleados del sector hotelero de Tarqui, en programas de capacitación especializados en hotelería.
- Establecer la existencia de programas de capacitación en hotelería, organizados internamente por los empresarios del sector hotelero de Tarqui.
- Conocer si los empleados del sector hotelero de Tarqui cuentan con las facilidades para asistir a programas de capacitación especializados en hotelería.
- Definir la necesidad de un programa de capacitación especializado en hotelería para el sector hotelero de Tarqui.
- Determinar la influencia de la Capacitación del sector hotelero en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

- Conocer cuál es la opinión que tienen los huéspedes, sobre el servicio que se oferta en los establecimientos hoteleros de Tarqui.
- Identificar cuál es la imagen turística que perciben los huéspedes del sector hotelero de Tarqui.
- Presentar propuesta de Capacitación especializada en hotelería para los empleados del sector hotelero de Tarqui.

1.4.- Justificación.

La investigación “La Capacitación del sector hotelero y su influencia en la imagen turística de la Parroquia Tarqui, cantón Manta, período 2007-2008”, se justifica por las siguientes razones:

Porque es la era del conocimiento y del desarrollo tecnológico que obliga a estar en constante preparación, para afrontar los retos de un mundo globalizado en el cual los ecuatorianos y Manabitas deben que insertarse. El conocimiento es un elemento clave para realizar transformaciones sociales y productivas en beneficio del desarrollo del sector turístico hotelero.

Porque siendo la actividad turística uno de los renglones importantes que mueve la economía del país y siendo la provincia de Manabí un destino turístico importante, tiene que estar preparada para ofertar servicios de calidad para dar una buena imagen, que se logra con la capacitación de las personas que ofertan los servicios turísticos.

Porque la imagen turística que presenta un destino, es de mucha importancia para su desarrollo; y, conocer cuál es la percepción de los turistas, permite realizar los correctivos necesarios, que redundarán en el mejoramiento de la imagen turística.

Porque la investigación es necesaria y los resultados que arroje la misma, serán la base para la presentación de la propuesta.

Porque la propuesta de capacitación especializada en hotelería, beneficiará económicamente, tanto a la empresa hotelera que verá reflejado su esfuerzo en aumento de sus utilidades como al empleado que podrá tener mayor estabilidad laboral, con mayores beneficios.

Porque en lo social la propuesta de capacitación especializada en hotelería ayudará al crecimiento personal y profesional de todos los colaboradores del sector hotelero de Tarqui; y, también beneficiará a los huéspedes que recibirán un mejor servicio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes investigativos.

A nivel internacional existen varios trabajos de investigación referente a la capacitación en las empresas, los que se aplican perfectamente al sector hotelero, por estar los hoteles legalmente constituídos como empresas comerciales que ofertan servicios de alojamiento:

En el trabajo de investigación monográfico que se encuentran en internet “La capacitación de los recursos humanos” se llega a las siguientes conclusiones:

Después de que los empleados han sido seleccionados y orientados, es posible que aún deban adquirir las habilidades, el conocimiento y las actitudes necesarias para desempeñarse en forma adecuada. Si la organización desea promover a esos empleados a puestos con mayores responsabilidades en el futuro, las actividades de desarrollo resultan imprescindibles.

La capacitación no debe verse como un gasto más de las empresas, sino como un beneficio a corto plazo ya que es una fórmula que responde a las necesidades de la empresa para desarrollar sus recursos y mejorar la calidad en el ámbito laboral en general.

Por otro lado la misión y la visión, también ayudan a fijar objetivos de capacitación, ya que en estos dos binomios se encuentran algunas preguntas que se deben hacer antes de capacitar, como lo son por ejemplo: ¿a qué se dedica nuestra empresa?, ¿qué clase de empresa somos?, con estas dos preguntas, se puede iniciar un programa de capacitación para fortalecer la base de la empresa.

Y recomienda:

- Se debe establecer una excelente relación y comunicación entre jefes y empleados de la empresa, ofrecer una buena calidad de vida laboral, definir los objetivos y políticas a los empleados, y más a los que necesiten capacitarse para que tengan una mayor claridad de sus deberes dentro de la empresa.
- Crear una conciencia a todos los trabajadores de la empresa, como también a supervisores y jefes de departamentos para hacerles ver, qué tan importantes son ellos para la empresa, no como productores sino como Recurso Humano; y, por ende la importancia de capacitarlos para elevar su nivel de optimismo, confianza y logros de metas, dentro de la empresa y fuera de ella.
- Los colaboradores después de ser capacitados deben dar síntomas de mejoramiento y superación, lo cual les permitirá alcanzar el éxito deseado. ³

2.2. Fundamentación filosófica.

El hecho turístico que nació en la década de 1950 como un fenómeno de masas global, es el punto de arranque de una nueva era, de un nuevo capítulo de la historia que obliga a abrir las puertas de las casas, de diferentes países; en definitiva, hace abrir las puertas al futuro de una manera totalmente desconocida hasta estos momentos.

Durante medio siglo, hemos construido una nueva industria que ha sustituido a las fábricas que producían bienes y equipos para la denominada sociedad industrial, por centros que ofrecen servicios y que forman parte de la nueva sociedad del siglo XXI, la sociedad del “ocio-turismo”.

Fábricas convertidas en alojamientos turísticos de distinta naturaleza; recintos que ofrecen comidas y bebidas para cualquier paladar o economía; lugares para el entretenimiento, llamados parques temáticos; espacios donde diseñan viajes que nos llevan a los lugares que hemos soñado y que conocemos, como las agencias

³ www.monografias.com/recursoshumanos/capacitacion

de viaje; o medios de transporte que han hecho realidad que el ser humano vuele entre las nubes, acercándolo ahí, donde sólo unos cuantos tenían el privilegio de poder llegar.

En el siglo XXI, el turismo ha finalizado una etapa de asentamiento y aceptación, y hoy está considerado como un nuevo valor dentro de los deseos y las aspiraciones de millones de seres humanos, aunque muchos todavía no tengan el privilegio de haber sido turistas.

En estas cinco décadas de boom turístico, se ha tenido la oportunidad de ver emerger destinos turísticos por todo el planeta, creando y desarrollando empresas y empleos; y, favoreciendo el desarrollo socioeconómico de regiones y localidades de antaño, muy deprimidas.

En este acontecer de la historia, dá la impresión de que el paso al tercer milenio está caracterizado por cambios de enorme magnitud en todos los ámbitos. Si se vuelve la vista atrás, se puede asegurar que el viajero de principios del siglo pasado, no tuvo nada que ver con el de los años cincuenta o sesenta y que el turista actual tiene un perfil diferente a los de estas décadas.

En estos tiempos no es necesario acudir a una agencia de viajes para poder viajar. Uno puede diseñar, comprar sus vacaciones, sin salir de su domicilio, a través de Internet. Son tantos los cambios que se están produciendo en la actualidad que se corre el riesgo de quedarse en el pasado, si no son capaces de adentrarse en el futuro.

La época de cambios trae incertidumbre. En las dos o tres últimas décadas o en el último lustro, el ritmo de innovación tecnológica, de los cambios culturales, de modas o de nuevos hábitos progresa en una sucesión incontenible que impide acercarse a esa realidad, porque de forma inmediata se convierte en obsoleta.

Esa incertidumbre manifiesta se percibe en la hotelería y sus directivos, pues las decisiones deben ser inmediatas, si pretenden dar respuesta a este mundo en continua evolución que exige ser diferentes de un día para otro.

Nuevas tendencias se presentan como son la globalización, la gestión de personal y el nuevo marketing.

Para que las empresas hoteleras del siglo XXI sean capaces de mantener ventajas de competitividad sostenibles hace falta “diferenciadores de conocimiento”, que sólo son posible cuando existe una verdadera estrategia directiva, que aplica programas permanentes de capacitación.⁴

2.3.- Categorías fundamentales.

Los conceptos fundamentales que permiten la comprensión de las variables del problema son:

En la variable independiente “La capacitación del sector hotelero” se trabajó en relación con las siguientes categorías:

2.3.1. LA CAPACITACIÓN: Conceptos y definiciones.

2.3.2. LA HOTELERÍA: Los establecimientos de Alojamiento y los Hoteles.

2.3.3. LOS PRINCIPALES EMPLEADOS DEL SECTOR HOTELERO:
Diferentes puestos características y funciones.

⁴ FONSECA Elena, Turismo, Hotelería y restaurantes, p. 516

En la variable dependiente “Imagen turística” se trabajó en relación con las siguientes categorías:

2.3.4. IMAGEN TURÍSTICA.

2.3.5. COMPONENTES DE LA IMAGEN TURÍSTICA.

2.3.1. LA CAPACITACIÓN.

Conceptos:

“En términos generales, cualquier aleccionamiento o aprendizaje, pero para algo positivo. Con otra intención, hay que hablar de lo corrupto o degenerativo. // Más en especial, estudios o prácticas para superar el nivel de conocimientos, la aptitud técnica o la habilidad ejecutiva en actividades útiles, y singularmente en las de índole profesional. Con tal *capacitación* se pretende, en lo individual, una mejora en los ingresos, ya se ajusten a un salario o sueldo o configuren honorarios. La finalidad social se encuentra en el impulso de la civilización y del progreso”.⁵

“La capacitación es una técnica de formación que se le brinda a una persona o individuo en donde este puede desarrollar sus conocimientos y habilidades de manera más eficaz”.⁶

“La capacitación y el desarrollo son programas que ayudan a los empleados a que se preparen integralmente como personas; además, con la capacitación, se le proporcionan al empleado conocimientos sobre todos los aspectos técnicos del trabajo. El pequeño empresario debe evaluar cómo se están llevando a cabo las funciones (en caso de que ya esté establecido) para determinar si necesita o no un programa de capacitación”.⁷

⁵ CABANELLAS Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual. Tomo II. Pág. 54.

⁶ www.monografias.com/recursoshumanos/capacitacion

⁷ www.geocities.com/lasolucionamihueva/administración/capacitación.htm

La capacitación es uno de los objetivos de la educación, por lo que no se la puede desligar de ella, existe una relación directa entre la capacitación y la formación; por lo tanto ésta se dá a Nivel Superior, a Nivel técnico o tecnológico y a nivel ocupacional en el sector laboral.

La autora.

LA CAPACITACIÓN A NIVEL SUPERIOR:

En el Ecuador a nivel Superior son las Universidades y Escuelas Politécnicas las que tienen la responsabilidad de formar y capacitar a los futuros profesionales, desarrollando habilidades y destrezas en el quehacer de su profesión.

En el caso específico de la hotelería en el país en los últimos años han proliferados los centros de educación superior que ofertan las carreras profesionales de Turismo y Hotelería, en unos encontramos éstas especialidades separadas y en otros fusionadas.

En la ciudad de Manta, se cuenta con la Facultad de Administración Turística y Hotelera, que oferta la especialidad de Administración Hotelera, con una duración de estudios de 5 años, durante los cuales los alumnos realizan prácticas y pasantías en los hoteles de Primera de la ciudad. Al finalizar sus estudios y posterior a la realización de la tesis de grado, obtienen el título de Ingenieros en Administración de Empresas Hoteleras; y, en los actuales momentos se cuenta también con la titulación de Ingenieros en Administración Hotelera con mención en Gastronomía.

La autora.

CAPACITACIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA:

Es la capacitación que se imparte en los centros educativos de nivel medio y en los Institutos Superiores y Tecnológicos, en donde el objetivo de la educación es

formar mano de obra capacitada para mandos medios, brindándoles a los estudiantes, una educación que les permita involucrarse desde muy jóvenes en el sector laboral, en las cuales los estudios no sobrepasan los 3 años, y se le otorga un título de Técnicos o Tecnólogos. En el país existen varios de estos centros educativos sobre todo para el sector mecánico, eléctrico y automotriz, etc. En la formación de mandos medios en hotelería encontramos al SECAP, el mismo que dicta cursos para meseros y camareros en la ciudad de Quito, no encontrando esta oferta en la ciudad de Manta.

La autora.

CAPACITACIÓN OCUPACIONAL:

Es aquella cuyo objetivo es enseñar un oficio a los desempleados o, en el ámbito de la empresa, a los trabajadores obligados a readaptarse a nuevo puesto ocupacional o a actualizar sus conocimientos para un mejor desempeño laboral.

La autora.

Técnicas de Capacitación Ocupacional:

Las técnicas de capacitación más comunes son las siguientes:

- Capacitación en el puesto: Contempla que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real. En muchas compañías, este tipo de capacitación es la única técnica de formación disponible; y, generalmente incluye la asignación de los nuevos empleados a los trabajadores o los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real. Existen varios tipos de capacitación en el puesto. Probablemente la más conocida es el método de instrucción o sustituto, en la que el empleado recibe la capacitación en el puesto de parte de un trabajador experimentado o el supervisor mismo. En los niveles más bajos, la instrucción podría consistir solamente en que los nuevos trabajadores adquieran la experiencia para manejar la máquina, observando al Supervisor. Sin embargo, esta técnica se utiliza con frecuencia en los niveles de alta gerencia. La rotación de puesto, en la que el empleado (generalmente una persona que se entrena en administración) pasa de un puesto a otro en intervalos planeados, es otra

técnica de CEP. En el mismo sentido, las asignaciones especiales proporcionan a los ejecutivos de bajo nivel la experiencia de primera mano en el trabajo con problemas reales.

La capacitación en el puesto tiene varias ventajas:

Es relativamente económica; los trabajadores en capacitación aprenden al tiempo que producen y no hay necesidad de instalaciones costosas fuera del trabajo como salones de clases o dispositivos de aprendizaje programado. El método también facilita el aprendizaje, ya que los empleados aprenden haciendo realmente el trabajo y obtiene una retroalimentación rápida sobre lo correcto de su desempeño.

- Capacitación por instrucción del puesto (CIP): Requiere de hacer una lista de todos los pasos necesarios en el puesto, cada uno en su secuencia apropiada. Junto a cada paso, se lista también un punto clave correspondiente (si lo hay). Los pasos muestran qué se debe hacer, mientras que los puntos clave muestran cómo se tiene que hacer y por qué.
- Conferencias: Dar pláticas o conferencias a los nuevos empleados puede tener varias ventajas. Es una manera rápida y sencilla de proporcionar conocimientos a grupos grandes de personas en capacitación. Como cuando hay que enseñar al equipo de ventas las características especiales de algún nuevo producto. Si bien en estos casos se pueden utilizar materiales impresos como libros y manuales, esto podría representar gastos considerables de impresión y no permitir el intercambio de información de las preguntas que surgen durante las conferencias.
- Técnicas audiovisuales: La presentación de información a los empleados mediante técnicas audiovisuales como películas, circuito cerrado de televisión, cintas de audio o de video puede resultar muy eficaz y en la actualidad estas técnicas se utilizan con mucha frecuencia. Los audiovisuales son más costosos que las conferencias convencionales.

- Aprendizaje programado: Método sistemático para enseñar habilidades para el puesto, que implica presentar preguntas o hechos y permite que la persona responda, para posteriormente ofrecer al empleado retroalimentación inmediata sobre la precisión de sus respuestas.

La ventaja principal del aprendizaje programado es que reduce el tiempo de capacitación en aproximadamente un tercio. En términos de los principios de aprendizaje listados previamente, la instrucción programada puede facilitar también el aprendizaje en tanto que permite que las personas en capacitación aprendan a su propio ritmo, proporciona retroalimentación inmediata y reduce el riesgo de errores.

Capacitación vestibular por simulacros: Es una técnica en la que los empleados aprenden en el equipo real o simulado que utilizarán en su puesto, pero en realidad son instruidos fuera del mismo. Por tanto, la capacitación vestibular busca obtener las ventajas de la capacitación en el trabajo sin colocar realmente en el puesto a la persona en capacitación. Esta técnica es casi una necesidad en los puestos donde resulta demasiado costoso o peligroso capacitar a los empleados directamente en el puesto.⁸

2.3.2. LA HOTELERÍA.

Conceptos y clases.- Se podría definir los alojamientos hoteleros como aquellos establecimientos o empresas que de forma habitual y profesional, proporcionan el servicio de habitación, con o sin prestación de otros servicios complementarios, a cambio de una cantidad determinada de dinero.

⁸ www.monografias.com/relacioneshumanas/capacitación.

Por servicios complementarios se entiende todos aquellos destinados al entretenimiento y deporte como piscinas, gimnasios, televisión, servicio de animación, etc. Otros menos habituales pero cada vez más frecuentes, son el servicio de lavandería, de aparcamiento para los coches de los clientes, y de restaurantes, servicio de habitaciones, buffet, terrazas, etc.

Son precisamente todos estos servicios complementarios, tanto en su calidad como en su cantidad, los que permiten la clasificación de los alojamientos en distintas categorías.

Así, para hablar de alojamiento hotelero turístico, hay que partir de las siguientes premisas o condiciones previas cuantificando las mismas para llegar a su correcta clasificación:

- Que se facilite el alojamiento adecuado, con un mayor o menor grado de comodidad y con un equipamiento complementario determinado.
- Que se tenga capacidad o no de ofertar el servicio extra de restaurante, buffet, etc.
- Que se posea una clasificación y calificación reconocida por las leyes locales que identifique al establecimiento debidamente.
- Que el establecimiento perciba ciertas cantidades de dinero en contraprestación de los servicios prestados.

Por otro lado, hay que tener en cuenta, que todas estas instalaciones son lugares de carácter público, esto es, que su condición de accesibilidad no puede ser determinada por razones de sexo, religión, raza, opinión o cualquier otra razón personal o social.

Servicios prestados.- Atendiendo a la clasificación definida en el apartado anterior, van a analizarse los distintos alojamientos, los servicios ofertados y su patrón de clasificación, basado como se ha citado anteriormente, en las instalaciones y servicios complementarios.

Todos ellos ofrecen alojamiento, con o sin servicio de comidas o restaurante, y otras prestaciones complementarias. Está formado por:

Son las leyes y las normativas estatales, generalmente, las que establecen los criterios de clasificación de los hoteles y los requisitos que deben cumplir para la asignación de las estrellas que identifiquen su categoría. No obstante, existen unos requisitos mínimos que deben cumplir para poder ser considerados:

Hotel

- Deben ocupar todo un edificio o una parte totalmente independiente del mismo.
- Tienen que contar con ascensores, puertas de entrada y escaleras de uso exclusivo para el hotel y deben reunir todos los requisitos que se establezcan legalmente (tanto en lo referente al diseño como a la seguridad y materiales).
- Deben ofertar tanto el alojamiento como la manutención, con posibilidad de que el cliente acceda a un régimen de pensión completa (alojamiento, desayuno, comida y cena proporcionados en las instalaciones).
- Las normas más extendidas suelen tener establecido un porcentaje mínimo de habitaciones individuales y de habitaciones dotadas con baño independiente. En hoteles de categorías superiores todas las habitaciones deben cumplir con esta última norma.

En el Ecuador el número mínimo de habitaciones para un hotel es de treinta.

Apart hotel

Son los hoteles que por su estructura y servicios, disponen de las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento. De una manera más clara se dirá que son hoteles cuyas habitaciones disponen de baño, dormitorio y cocina debidamente equipada.

Además será conveniente que cuenten con una amplia diversidad en los apartamentos disponibles, tanto en capacidad como en servicios incluidos. Dependiendo del cliente objetivo, se aplicará lo ya comentado en los hoteles.

Hotel Residencia.

Es todo establecimiento hotelero que mediante precio, brinde al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones.

En el Ecuador el REGLAMENTO GENERAL DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS del 17 de Diciembre del 2.002.

En el Capítulo I.- DE LOS ALOJAMIENTOS. Sección I.

Disposiciones Generales

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de estrella, en cinco, cuatro, tres, dos, y una estrella, correspondiente a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categoría. Para el efecto se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

2.3.3. LOS PRINCIPALES EMPLEADOS HOTELEROS.

El Gerente.- Conocido también como director general, es aquella persona que tiene entre sus funciones el representar a la entidad frente a terceros, y coordinar todos los recursos empleados en el desarrollo de la actividad, a través del planeamiento, organización, dirección y control, con el fin de lograr unos objetivos establecidos previamente.

El gerente será el responsable principal a la hora de definir e interpretar las políticas y objetivos definidos por la dirección. Debe aplicarlas y obtenerlos con éxito, por lo que el cargo requiere de un conocimiento funcional de todas las tareas y a todos los niveles. Nadie puede dar o explicar una orden correctamente sin tener una idea clara de lo que se trata. De hecho, es imposible supervisar a alguien en forma correcta e inteligente sin tener por lo menos una idea general de los deberes y responsabilidades de esa persona.

Un establecimiento hotelero, salvo que sea muy pequeño, es como cualquier otra empresa de negocios; y, por lo tanto es físicamente imposible que una persona supervise personalmente todas las tareas de la actividad. Esto conlleva, a que una de las responsabilidades más importantes del gerente es reunir a un equipo de

personas y recursos, que le ayuden a administrar y dirigir el negocio, delegando responsabilidades pero haciéndose cargo de su control.

Cuando la gerencia es vista como un proceso, puede ser analizada y descrita en términos de varias funciones fundamentales. En la práctica, un gerente puede ejecutar simultáneamente, o al menos en forma continua, todas o algunas de las siguientes cuatro funciones: planeamiento, organización, dirección y control.

La gobernanta.- El puesto de gobernanta, también llamado “ama de llaves”, es vital para el buen desarrollo de un establecimiento hotelero. Para el cliente ha de significar, entre otras cosas, un servicio amable y discreto, además de una habitación limpia, y cómoda que ofrezca una imagen atractiva y acogedora. La figura profesional de la gobernanta ha ido evolucionando y adquiriendo una mayor responsabilidad en la gestión del departamento de pisos, por lo que cada vez es más necesario el aprendizaje continuo para este puesto.

La encargada de esta responsabilidad, debe ocuparse de administrar el área de alojamiento a partir de los objetivos generales del establecimiento, asegurando la correcta prestación de los servicios tanto en pisos como en áreas públicas, lavandería y lencería. Sus funciones y métodos para desarrollarlas son:

- 1.- Controlar y mantener la dotación de materiales, utensilios, equipos y mobiliarios, necesarios para la prestación de un servicio adecuado, de forma que pueda conocerse en todo momento su cantidad, grado de rotación, conservación, y obtener el máximo provecho económico de los recursos disponibles.
- 2.- Programar, a partir del plan general establecido, las acciones de mantenimiento y reparación de las instalaciones, mobiliarios y equipos de la zona de pisos y áreas públicas, supervisando los resultados finales.

3.- Dirigir la decoración y ambientación de la zona de pisos y áreas públicas, de modo que el cliente disfrute de un entorno lo más confortable posible, y que se ofrezca una imagen actualizada y acorde con el tipo de servicio prestado en el establecimiento.

4.- Organizar los recursos necesarios para la prestación del servicio de alojamiento en el departamento de pisos y áreas públicas, determinando una estructura eficiente que dé lugar a unos procesos adecuados y rentables.

5.- Supervisar los procesos de limpieza y puesta a punto de habitaciones y áreas comunes, asegurando un nivel óptimo de acabado.

6.- Prestar asistencia técnica y operativa en la puesta a punto de habitaciones y áreas comunes, para facilitar el trabajo del personal dependiente y agilizar el proceso.

7.- Atender a las peticiones y a las quejas planteadas por los huéspedes, bien directamente o través de Recepción, de modo que se les facilite el máximo nivel posible de satisfacción, confort y seguridad.

El recepcionista.- Se entiende por recepcionista a la persona que se encarga de la atención al público, huéspedes y clientes del establecimiento hotelero o alojamiento, en la zona denominada “recepción”. Sus funciones básicas son:

1.- Gestionar las reservas, de modo que pueda obtenerse el mayor índice de ocupación posible satisfaciendo los deseos y expectativas de los clientes.

2.- Formalizar las entradas y salidas de los clientes, atendiéndoles con diligencia y cortesía y generando la información que permita la programación de la prestación del servicio.

3.- Atender a los clientes durante su estancia, satisfaciendo todas sus expectativas, en la medida de lo posible, y cumpliendo el estándar de calidad fijado por el establecimiento.

4.- Formalizar la documentación y gestionar la información derivada de las operaciones de alojamiento de modo que pueda ser útil a la empresa y a otros departamentos, y permita una adecuada gestión económico-administrativa del establecimiento.

5.- Registrar, controlar y cobrar los servicios consumidos por los clientes durante su estancia y comprobar la producción general en los distintos puntos de venta del establecimiento, de modo que pueda conocerse sus progresos para ejercer un adecuado control económico-administrativo.

6.- Atender la seguridad de los clientes, la de sus pertenencias y de las instalaciones del establecimiento, controlando y vigilando los accesos, las entradas y salidas de vehículos y personas, así como el tránsito por las áreas públicas.

7.- Atender y controlar los servicios de correspondencia, mensajería y despertador.

8.- Atender las solicitudes de clientes, así como la correspondiente información turística de la zona, espectáculos, eventos deportivos, etc. Dando a conocer a los clientes aquellos espectáculos deportivos, teatrales, excursiones, museos y aquellos eventos culturales que soliciten, utilizando una base de datos debidamente actualizada y facilitándoles entradas y tickets, cuando éstos los requieran.

9.- Realizar la venta del “pequeño material”, como postales, llaveros de recuerdo, etc., utilizando para ello, todos los equipos, medios técnicos, físicos y humanos disponibles. Vendiendo pequeños materiales y realizando gestiones o encargos a

los clientes, atendiéndoles con amabilidad y diligencia, previniendo la necesidad de reponer material y comunicándole al superior (jefe de recepción), mediante un control de existencias.

10.- Atender las telecomunicaciones externas e internas, de modo que los clientes y departamentos, las emitan y reciban con fiabilidad, prontitud y discreción.

11.- Registrar y controlar adecuadamente todo tipo de llamadas al exterior que tuvieren los clientes y el personal, mediante los medios disponibles para realizar una correcta facturación y control de producción.

El botones o conserje.- Es la persona que recibe al huésped a su ingreso al hotel y, se encarga de transportar el equipaje hasta la habitación del mismo. Está bajo el control del departamento de recepción. En muchos hoteles, también es el encargado de la ubicación del vehículo del huésped, además está atento al ingreso y salida de visitantes no hospedados en el hotel, ayudando a la seguridad del establecimiento.

El camarero (mesero) y el barman.- Dentro de esta categoría debemos distinguir claramente las diferencias entre el uno y el otro.

Se entiende por Barman al encargado de preparar las bebidas tras la barra de un establecimiento. Sin embargo el camarero es el responsable del servicio de las mesas, tanto de bebidas como comidas. El camarero se encarga de preguntar a los clientes qué desean tomar, y se dirige a la barra (o cocina) para recoger las consumiciones.

Por lo tanto el camarero trabaja bajo las órdenes del barman en un bar, o bajo las del jefe de comedor, en un restaurante.

El trabajo de cocina o de elaboración de un coctel, puede revalorizarse o depreciarse en la barra o en las mesas, lo que supone una publicidad que levantará o hundirá el negocio. El cliente espera mucho más que una consumición preparada correctamente. Exige un servicio profesional: rapidez, higiene y buen gusto.

Un camarero calificado deberá conocer los gustos de los clientes y saber dar a cada persona el trato que espera recibir.

El Cocinero.- Será, el empleado que más influya en la marcha de un negocio hotelero, en donde como complemento se tiene el servicio de alimentos. De su habilidad para preparar los distintos platos, dependerá en gran medida, el éxito o el fracaso del mismo. Por ello, es preciso seleccionar con gran esmero a la persona o personas más adecuadas para el puesto. Las labores del cocinero serán enormemente variadas, así como de muy distinta necesidad de atención y gasto de tiempo en su ejecución.

- Confección de menús.
- Aprovisionamiento y control de consumos.
- Manipulación en crudo.
- Conservación de todo tipo de alimentos.
- Preparar y conservar en crudo vegetales.
- Deshidratación.
- Salado y salmuera.
- Encurtido.
- Pasteurización.
- Utilización de conservantes.
- Tratamiento con almíbar
- Preparar y conservar en crudo pescados y mariscos.
- Refrigeración de alimentos.
- Congelación de alimentos.
- Ahumados

- Escabechado
- Preparar y conservar en crudo aves y caza.
- Realizar despiece de carnes, preparando y conservando en crudo las piezas.
- Preparación y presentaciones básicas.
- Elaboración de platos elementales.
- Preparación y presentación de diferentes tipos de platos de la cocina regional, nacional, internacional y creativa.

El pastelero y panadero.- Serán los encargados de la elaboración, conservación y presentación de los productos de pastelería y panadería. Entre sus funciones están:

- Controlar los abastecimientos y consumos diarios de los ingredientes utilizados, asegurándose de su perfecto almacenamiento y conservación.
- Manejar correctamente las técnicas de elaboración de pan y pasteles, adecuando la oferta a la demanda en cuanto a gustos, calidad y precios.
- Supervisar, dirigir y formar al personal a su cargo.
- Controlar en todo momento el perfecto funcionamiento de la maquinaria a su cargo, así como la correcta y estricta limpieza de ésta y de sus locales en los que se sitúan.

Deben conocer:

- Sistemas de aprovisionamiento.
- Diseño de decoraciones en pastelería.
- Montaje de servicios.
- Panificación y pastelería salada.
- Productos de pastelería y repostería.
- Técnicas de repostería y pastelería⁹.

⁹ VILLENA Eduardo, Técnico en Hotelería y Turismo, Tomo 1, p. 21, 22, 23, 29, 36 y 130

2.3.4. IMAGEN TURÍSTICA.

Conceptos e Imagen:

Imagen

Figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa. Apariencia con la que se muestra ante el consumidor o el público en general un producto, servicio, empresa o persona. La promoción de una determinada imagen es la función de las relaciones públicas¹⁰.

Imagen deseada

Imagen que la empresa quiere transmitir de su producto. Para ello recurre al posicionamiento y a la selección de mensajes promocionales adecuados. El análisis de la imagen del producto se realiza a través de un estudio usando el método de la diferencia semántica.

Imagen real

Imagen que el público tiene del producto de una compañía. Puede diferir de la imagen deseada. El conocimiento de la imagen real se hace a través de estudios que usan el procedimiento de la diferencia semántica.

Diferencia semántica

Método de elección del mensaje de comunicación más adecuado. Consiste en la elaboración de una encuesta para luego, administrarla a un grupo de personas y conocer la percepción de la imagen del producto de la empresa. Primero se enumeran una serie de conceptos. Posteriormente se seleccionan los conceptos que se estimen más oportunos y se elabora la encuesta. Esta se pasa a una serie de personas para que den su opinión. El resultado ofrece la percepción de la imagen del grupo sobre el producto¹¹.

La imagen turística

¹⁰ PUJOLS Bruno, Diccionario de Marketing, p. 168

¹¹ PUJOLS Bruno, Diccionario de Marketing, p. 96

Desde el punto de vista de los promotores turísticos, es lo que creen que se está proyectando del destino turístico, que muchas veces se basa en estrategias de publicidad que sólo muestran la parte bonita de un lugar. Quien realmente determina cuál es la imagen que se proyecta, es el turista porque es él, quien va a recibir los servicios y quien tendrá las experiencias de vida.

La imagen turística

Desde el punto de vista de los turistas es la opinión que tienen los turistas, en cuanto a las experiencias vividas en un destino o localidad turística.

La Autora.

Imagen de un destino turístico.

Una investigación llevada a cabo por la Oficina de Viajes del Gobierno Canadiense reveló que las personas, antes de formar unas vacaciones pasan por tres fases: La primera es una fase de soñar, un momento en que piensan en las vacaciones ideales; la segunda es aquella en que se recoge información y se estudian las posibilidades de llevar a cabo las vacaciones soñadas. Y la última es cuando los sueños se enfrentan con la realidad y se toman las decisiones prácticas del viaje. Para que resulte eficaz, la publicidad de cada fase debe ser distinta. La fase de sueños requiere una publicidad de “imagen”, la segunda una publicidad de “preguntas” aquella que da información, y, la tercera requiere publicidad de “venta irrevocable” tales como “vuele a Montreal” o “capture Canadá”.

Puede utilizarse la investigación de los motivos para descubrir la imagen que ofrece un destino. Canadá por ejemplo, se dio cuenta de que la imagen del país era muy limitada y que los posibles turistas estaban de alguna manera mal informados. No se veía como el país amistoso de rápido desarrollo, tal como creía la Oficina de Viajes del Gobierno. Más bien, la imagen que se tenía de los canadienses era de gente seria y conservadora. Canadá en conjunto se veía como un país anticuado y sin ninguna emoción. La imagen global era mal definida y floja. Solía atraer a la gente de edad. Tras conocer esta imagen, la oficina de

Viajes del Gobierno pudo modificar sus esfuerzos de marketing con el fin de cambiarla y conseguir algo mejor.

Otro ejemplo de investigación de la imagen fue la que llevó a cabo la empresa de investigación Marketscope, patrocinada por las líneas aéreas American, Eastern, TWA y United junto con la autoridad portuaria de Nueva York y Nueva Jersey. Las líneas aéreas y la autoridad portuaria estaban preocupadas porque Nueva York tuvo un índice de crecimiento económico inferior al resto de la nación; y, también porque el tráfico aéreo nacional de esta ciudad había disminuido desde 1950 con respecto al porcentaje del total nacional. Para averiguarse la opinión que se tenía de Nueva York en contraposición con otros destinos se realizó trescientas cincuenta encuestas telefónicas en setenta ciudades de los Estados Unidos. Con ello se reveló que efectivamente la imagen de Nueva York había declinado, en relación a la de otras ciudades estadounidenses importantes. Las causas principales eran por motivos de desorden social, congestión del tráfico aéreo y por los precios de los hoteles y de los restaurantes. A pesar de considerarse la ciudad que iba en la delantera en arte, cultura y diversiones, ganó muy mala fama debido a los retrasos en los aeropuertos, a la incomodidad del transporte, a la inseguridad en la ciudad y a los altos precios en los hoteles que no justificaban el servicio recibido. El atractivo disminuyó de manera global, tanto para los turistas que realizaban viajes de placer como para aquellos que lo hacían por trabajo.

Este tipo de estudios sobre la imagen, proporciona información sobre lo que piensan determinados grupos o mercados sobre un destino, esta información puede compararse con la que creen que proyectan los promotores turísticos, sirve para tomar los correctivos necesarios.¹²

¹² LUNDBERG Donald, Organización y Administración de Turismo, p. 320, 321 y 322

2.3.5. COMPONENTES DE LA IMAGEN TURÍSTICA.

Los componentes de la Imagen Turística son: Calidad del Servicio turístico, Costos, Seguridad, Medio Ambiente Agradable (entorno) y Atractivos turísticos y la Calidad del servicio en los establecimientos hoteleros.

Calidad del servicio turístico.- El turista espera encontrar buen servicio en el transporte, restaurante, lugares de diversión o recreación como Museos y salas de arte y principalmente espera buen servicio en el establecimiento de alojamiento. No debemos olvidar que el hotel es sin duda alguna, un elemento integrante del desarrollo básico de cualquier destino turístico.

Costos.- El costo deberá ir en relación a la categoría de los servicios que se ofertan. Si son excesivos y el servicio recibido es regular o malo, crea una imagen negativa del lugar.

Seguridad.- En este apartado no sólo entraran cuestiones como la violencia y el robo, también hay que cuidar aspectos como la asistencia médica, el cumplimiento de las condiciones de viaje y alojamiento, y los derechos humanos.

Medio ambiente agradable.- La polución, la suciedad, la contaminación del aire, de los ríos y los mares, y los ruidos y otros aspectos que degraden el medio ambiente deberán evitarse a toda costa si se quiere contar con un destino turístico atractivo para el posible visitante. Para conseguir estos objetivos se requieren de unas inversiones suficientes, sistemáticas campañas públicas de concienciación, junto con una educación en cultura cívica impartida ya sea en los primeros niveles de la enseñanza, así como en reglamentaciones rigurosas. Todo ello ayuda a crear y mantener un medio ambiente agradable.

Atractivos naturales o culturales.- Aquellas áreas geográficas con una naturaleza pródiga en playas de primer nivel, mares fácilmente accesibles, buen clima, paisajes atractivos, etc., serán zonas a las que el futuro turista accederá, En

la misma línea se sitúan las áreas con un rico patrimonio cultural, artístico y monumental.¹³

Calidad en el Servicio Hotelero.

Prestar Servicios de Calidad al huésped.

Desde el momento que el empleado inicia su relación laboral en una empresa de servicios, como un hotel, deberá fomentarse en él, la creación de una cultura de calidad en la prestación del servicio a cada huésped. Esa cultura de calidad debe estar enfocada hacia la satisfacción total del cliente en cuanto a sus necesidades, deseos y expectativas. Deberá establecerse un conjunto de estándares de calidad que no solamente cumplan con las expectativas, sino que además las superen.

En términos generales, la calidad del servicio depende de los siguientes factores:

Aspectos conductuales:

- La presentación personal.
- La cortesía.
- Las actitudes.

Aspectos técnicos:

- El manejo del material.
- El sistema de trabajo.
- El idioma extranjero.

Tanto en los aspectos conductuales como en los técnicos se deberán establecerse estándares de calidad según el tipo de operación y se deberá contar con un sistema continuo de evaluación de dichos estándares.

La presentación personal:

¹³ FONSECA Elena, Turismo Hotelería y Restaurantes, p. 41 y 42

Al trabajar en un hotel, es muy necesaria la buena presentación. Ésta incluye los siguientes aspectos:

- Aseo personal.
- Uniforme limpio y planchado.
- La postura.

Amabilidad y Cortesía:

Estándares:

- a) Dar la bienvenida al huésped.
- b) Saludar.
- c) Escuchar con atención.
- d) Tratar a los huéspedes por su apellido o por su título.
- e) Al hablar, hacerlo en una forma amable, entusiasta y cortés.
- f) Responder rápida y eficientemente a las preguntas de huéspedes o compañeros de trabajo.
- g) Prever las necesidades de los huéspedes y de los compañeros.
- h) Ceder el paso a los clientes.
- i) Guardar la “distancia” adecuada con los clientes.
- j) No tutear a los clientes.
- k) Ser discreto.
- l) Ayudar a los niños, ancianos y minusválidos.
- m) Ser amable y atento al utilizar el teléfono.
- n) Pedir las cosas por favor.
- o) Dar las gracias.
- p) Pedir ayuda a otro compañero cuando se tiene que atender a varios clientes que están en espera.
- q) Cuidar el vocabulario.
- r) Despedir al huésped con las palabras:

“Muchas gracias, señor Martínez, que tenga usted un feliz viaje. Esperamos que regrese pronto”.

Existen algunos otros detalles de cortesía dependiendo de cada departamento del hotel, recepción, caja, teléfonos, bell boys (conserje o botones), ama de llaves, etc.

Comunicación verbal:

Es recomendable seguir los siguientes consejos para lograr una mejor comunicación verbal con los huéspedes.

- a) Usar palabras que el huésped pueda entender.
- b) Hablar a un ritmo que el huésped pueda entender.
- c) Confirmar datos para evitar problemas futuros, Por ejemplo, al realizar una reservación, tomar recados, atender quejas o llamadas para despertar, etc.
- d) Utilizar palabras de cortesía. Se recomienda hacer un comentario amable al huésped.
- e) Evitar responder únicamente con monosílabos: si, no, no sé, no hay.
- f) Cuidar el tono de voz que utiliza.

Comunicación no verbal:

- a) Movimientos corporales: se recomienda inclinar ligeramente la cabeza al saludar.
- b) Expresiones faciales: es importante sonreír.
- c) Comunicación visual: Mirar al huésped de frente y a los ojos; escucharlo con atención y observar.
- d) Comunicación táctil: no tocar a los huéspedes.
- e) Espacio: no estar ni muy lejos ni muy cerca de los huéspedes.

En conclusión la amabilidad implica: palabras, el tono de voz y la expresión facial.

Manejo de quejas:

En un servicio de calidad, la queja será el “momento crítico del servicio” o “el momento de la verdad”, pues implica el hecho de que el huésped realiza una evaluación del servicio que recibe.

Un pequeño error de parte del empleado, puede ser la causa de que el huésped lo interprete como un mal servicio de la empresa; por ejemplo, cuando la televisión no funciona, si el huésped se queja y el problema no se resuelve, esto puede ser la causa de que el huésped no regrese y haga comentarios negativos acerca del servicio entre sus amigos.

Los huéspedes recuerdan con mayor facilidad los malos servicios recibidos que aquellos que le parecieron satisfactorios.

En términos generales, para manejar una queja deben seguirse cuatro pasos:

- 1.- Recepción de la queja: Es preciso poner atención, dejar que el cliente hable sin interrumpirlo, mirarlo a los ojos y de frente, tomar en serio la queja, disculparse, tomar nota, darle algunas posibles soluciones e indicarles el tiempo aproximado que se requiere para la solución.
- 2.- Reportar la queja: Anotar la hora, departamento y persona que recibió el reporte.
- 3.- Darle seguimiento a la queja: Asegurarse que quede solucionada.
- 4.- Verificar con el huésped: Nuestro trabajo termina cuando nos aseguramos de que el huésped quedó satisfecho.

Se recomienda tener formas impresas especiales. Asimismo, es aconsejable llevar estadísticas de las quejas recibidas por parte de los huéspedes.

Actitudes que debe tener el empleado:

- a) Valorar al cliente.
- b) Ser responsable.
- c) Ser puntual.
- d) Ser honrado.
- e) Tener compañerismo.
- f) Experimentar respeto hacia los compañeros.
- g) Trabajar en equipo.
- h) Tener espíritu de cooperación.
- i) Evitar el desperdicio.
- j) Tener gusto por el aseo del área de trabajo.
- k) Promover los servicios del hotel.
- l) Cuidar la seguridad del hotel y de los huéspedes.
- m) Satisfacer las necesidades del cliente: físicas, de seguridad, de asociación, de estima y de autorrealización.
- n) Valorar el trabajo propio.
- o) Tener deseos de mejorar.
- p) Experimentar el gusto por servir a los demás.
- q) Tener una actitud positiva.

Estándares de Tiempo:

Es muy recomendable que cada hotel establezca estos estándares máximos de tiempo para brindar la atención a clientes¹⁴. A continuación ejemplos:

Servicio	Tiempo máximo
Registro del huésped	5 minutos
Solicitud para ama de llaves	5 minutos

¹⁴ BAEZ Sixto. Hotelería., p. 15, 18, 19, 22, 23, 24 y 25

Queja de mantenimiento	10 minutos
Llamada telefónica	5 segundos (3 timbrazos)
Desayuno servido en la habitación	15 minutos
Solicitud de bell boy	5 minutos
Llamado a seguridad	3 minutos.

2.4.- Fundamentación legal.

Revisando el marco jurídico del Ecuador se encuentra:

Que el 6 de Octubre de 1989 se crea un reglamento para la aplicación de la Ley de Turismo, el cual en su capítulo VI. De la Capacitación, formación y profesionalización turística, indicaba.

En el Art. 81.- La CETUR, en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las Universidades y los demás Institutos de Educación Superior y Técnica, determinará a nivel nacional, las necesidades de formación y capacitación del personal requerido en la actividad turística y autorizará el funcionamiento de los Centros de Formación y Promoción Turística a nivel medio que no se hallen sujetos a las normas de la ley de Universidades y Escuelas Politécnicas, y aprobará los correspondientes programas de estudio.

En el Art. 82.- La CETUR, para el cumplimiento de sus fines, podrá dictar cursos, seminarios, conferencias, o propiciar cualquier evento técnico, para lo cual podrá contar y/o invitar a profesionales y técnicos nacionales o extranjeros, de reconocida solvencia.

En el Art. 83.- LA CETUR, brindará asesoría profesional y/o técnica a las empresas turísticas y otras instituciones que lo soliciten, previa autorización del Directorio, para lo cual fijará la tarifa que cobrará por estos servicios.

En el Art. 84.- Todo curso, seminario, conferencia o evento técnico sobre turismo deberá contar con la autorización de la CETUR. El no acatamiento de esta disposición será sancionado de acuerdo con las normas pertinentes.

El 28 de enero de 1997 se crea La Ley Especial de Desarrollo Turístico la que entre sus objetivos tenía la de Coordinar con instituciones educativas, públicas y privadas, la organización y funcionamiento para una mejor formación y capacitación de personas para servicios turísticos.

En la ley de turismo vigente y en su reglamento de aplicación no se contempla ningún artículo que se refiera a la capacitación.

En la actual Constitución de la República del Ecuador encontramos:

En la sección Octava **De la Educación** Art. 66.- La educación es derecho irrenunciable de las personas, deber excusable del Estado, la sociedad y la familia; área prioritaria de la inversión pública, requisito del desarrollo nacional y garantía de la equidad social. Es responsabilidad del Estado definir y ejecutar políticas que permitan alcanzar estos propósitos.

La educación, inspirada en principios éticos, pluralistas, democráticos, humanistas y científicos, promoverá el respeto a los derechos humanos, desarrollará un pensamiento crítico, fomentará el civismo; proporcionará destrezas para la eficiencia en el trabajo y la producción; estimulará la creatividad y el pleno desarrollo de la personalidad y las especiales habilidades de cada persona; impulsará la interculturalidad, la solidaridad y la paz.

La educación preparará a los ciudadanos para el trabajo y para producir conocimiento. En todos los niveles del sistema educativo se procurarán a los estudiantes prácticas extracurriculares que estimulen el ejercicio y la producción de artesanías, oficios e industrias.

En la Ley de Educación Superior, declarada con jerarquía y calidad de orgánica por el congreso Nacional mediante Resolución. R-22-058 (R. O. 280, 8-II-2001), en cumplimiento de lo dispuesto por la Disposición Transitoria Vigésima Segunda de la Constitución Política.

El Congreso Nacional considerando:

Que la búsqueda de la verdad, la afirmación de la identidad, el desarrollo cultural, el dominio del conocimiento científico y tecnológico son fines de la educación superior, que se expresan a través de la investigación, la docencia y la vinculación con la colectividad y constituyen prioridades para el desarrollo del país;

Que la educación superior como área estratégica del país requiere de una normativa jurídica adecuada y flexible para formar recursos humanos altamente calificados;

Que la Constitución Política vigente dispone que en lugar de la Ley de Universidades y Escuela Politécnicas se expida una Ley de Educación Superior; y

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

Ley de Educación Superior (Ley N. 2000 – 16)

En el Capítulo I. Art. 3.- Las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior ecuatoriano, en sus diferentes niveles, tienen los siguientes objetivos y estrategias fundamentales:

- a) Formar, capacitar, especializar y actualizar a estudiantes y profesionales en los niveles de pregrado y postgrado, en las diversas especialidades y modalidades;

f) Realizar actividades de extensión orientadas a vincular su trabajo académico con todos los sectores de la sociedad, sirviéndola mediante programas de apoyo a la comunidad, a través de consultorías, asesorías, investigaciones, estudios, capacitación u otros medios.

En el Capítulo VII. Art. 42.- Son instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior:

- a) Las universidades y escuelas politécnicas, que son instituciones académicas que brindan formación en áreas profesionales y disciplinas científica y tecnológicas; desarrollan investigación social, científica y tecnológica de manera permanente y mantienen programas de vinculación con la colectividad, orientados al desarrollo social, económico, político y cultural del país; y,
- b) Los institutos superiores técnicos y tecnológicos, que son centros de formación profesional para el nivel operativo, que se orientan a la investigación tecnológica y a la extensión para el desarrollo de la comunidad. Su ámbito será el de las carreras técnicas, tecnológicas, humanísticas y otras especialidades de posbachillerato.

El Art. 44 expresa: Los niveles de formación que imparten las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior son:

a) Nivel técnico superior, destinado a la formación y capacitación para labores de carácter operativo, corresponden a este nivel los títulos profesionales de técnico o tecnólogo,

b) Tercer Nivel, destinado a la formación básica en una disciplina o a la capacitación para el ejercicio de una profesión. Corresponden a este nivel el grado de licenciado y los títulos profesionales universitarios o politécnicos, que son equivalentes; y,

c) Cuarto nivel o de postgrado, destinado a la especialización científica o entrenamiento profesional avanzado. Corresponden a este nivel los títulos intermedios de postgrado de especialista y diplomas superior y los grados de magíster y doctor.

El Art. 45 expresa: Las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior realizarán cursos de actualización dentro de sus programas de educación continua.

Se concluyó que la capacitación por una parte es responsabilidad del Estado, en la cual el Ministerio de Turismo debe coordinar su planificación y organización con las Universidades. Y por otro lado, es una decisión que deben adoptar los directivos de las empresas turísticas hoteleras, para posicionarse en un mercado altamente competitivo y globalizado.

2.5.- Hipótesis

2.5.1. Enunciado

La escasa capacitación del sector hotelero, influye negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui del cantón Manta.

2.6.- Variables

Variable Independiente:

Capacitación del sector hotelero.

Variable Dependiente:

Imagen turística de la parroquia Tarqui.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.- Modalidad básica de la investigación.

El presente trabajo de investigación, es realizado bajo la modalidad de la investigación aplicada. También conocida como investigación práctica, se realiza, como su nombre lo indica con fines prácticos, tanto para resolver un problema, como para tomar decisiones, evaluar programas, y en general para mejorar un producto o proceso por medio del estudio y prueba de conceptos teóricos en situaciones reales.

Desde el punto de vista del nivel de conocimiento que se desea obtener la investigación es descriptiva y explicativa.

3.1.1.- Métodos de Investigación.

Los métodos que se usaron en el proceso de investigación son los siguientes:

Método Deductivo.- Consiste en partir de una teoría general para explicar hechos o fenómenos particulares de la investigación.

Método Analítico.- Es el análisis, discusión e interpretación de los resultados.

3.2.- Nivel o tipo de investigación.

La investigación parte del nivel exploratorio que conlleva a descubrir la existencia o no de programas de capacitación en el sector hotelero. Para luego llegar al nivel correlacional, que establece relaciones de causa – efecto y permite relacionar las variables: Capacitación del sector hotelero, con respecto a la influencia en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

3.3.- Población y muestra

El universo tiene una población de 10 establecimientos Hoteleros de los cuales:
3 son hoteles de segunda categoría.
7 son hoteles de tercera categoría.

La muestra seleccionada es el total de los hoteles de Segunda Categoría:
Hotel Las Gaviotas, Hotel Las Rocas y Hotel Chávez Inn.

Para efecto del presente trabajo de investigación, se escogió el muestreo NO PROBABILÍSTICO casual e intencional. Seleccionando para las encuestas a los empleados de manera intencional y a los turistas de los hoteles de Segunda Categoría de manera casual.

3.4.- Operacionalización de variables:

3.4.1.- Variable independiente: Capacitación del sector hotelero.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ESCALA	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Capacitación.- se conceptúa como: Estudios o prácticas para superar el nivel de conocimientos, la aptitud técnica o la habilidad ejecutiva en actividades útiles y singularmente en las de índole profesional.					Encuestas dirigidas a los empleados del sector hotelero de Tarqui.
	Capacitación Profesional Superior	Universidad	0-10 <input checked="" type="checkbox"/>	Existen	
		Escuelas	10-20 <input type="checkbox"/>	Profesionales	
		Politécnicas	20-30 <input type="checkbox"/>	Universitarios	
		Especializados en hotelería.	30-40 <input type="checkbox"/>	y Politécnicos laborando en los	
			40-50 <input type="checkbox"/>	hoteles de Tarqui	
	Capacitación Tecnológica	Institutos Tecnológicos	0-10 <input checked="" type="checkbox"/>	Existen tecnólogos	
		Colegios	10-20 <input type="checkbox"/>	laborando	
		Especializados en hotelería.	20-30 <input type="checkbox"/>	en los hoteles de Tarqui.	
			30-40 <input type="checkbox"/>		
			40-50 <input type="checkbox"/>		
	Capacitación Ocupacional	Conferencias	0-10 <input checked="" type="checkbox"/>	Existen empleados capacitados	
		Seminarios	10-20 <input type="checkbox"/>	Ocupacionalmente,	
		Talleres y otros	20-30 <input type="checkbox"/>	laborando en los	
		Especializados En hotelería.	30-40 <input type="checkbox"/>	Hoteles de Tarqui.	
		40-50 <input type="checkbox"/>			

3.4.2.- Variable dependiente: Imagen turística de la parroquia Tarqui.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES CUALITATIVOS	PORCENTAJE	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
La imagen turística se conceptúa como: La opinión que tienen los turistas en cuanto a las experiencias vividas en un destino Turístico.	Experiencias	Satisfacción	10%	Existen turistas	Encuestas focalizada a los turistas	
		Insatisfacción	58%	Satisfechos.		
		Indiferencia.	32%			
						Existen turistas insatisfechos.
						Existen turistas indiferentes
		Medio Ambiente	Malo	23%		¿Cuál es el medio ambiente que perciben los turistas?
			Regular	36%		
			Bueno	38%		
			Excelente	2%		
		Seguridad	Mala	20%		¿Cuál es la seguridad que perciben los turistas?
			Regular	31%		
			Buena	48%		
			Excelente	1%		

Precios	Caros	28%	¿Cuál es la percepción	
	Justos	68%	de los turistas en	
	Baratos	4%	cuanto a los precios?	
Servicios turísticos	Mala	10%	¿Cuál es la percepción	
	Regular	42%	de los turistas en	
	Buena	37%	cuanto a los servicios	
	Excelente	11%	turísticos de Tarqui?	
Atractivos turísticos	Nada	9%	¿Cuál es la percepción	
	Pocos	55%	de los turistas en	
	Muchos	36%	cuanto a los atractivos	
			turísticos?	
Calidad del servicio	Malo	8%	¿Cuál es la percepción	
Hotelero	Regular	45%	que tiene el turista del	
	Bueno	30%	servicio hotelero?	
	Excelente	17%		

3.5.- Técnicas e Instrumentos.

Entrevistas y Encuestas:

Entrevistas a los 3 administradores o gerentes (Directivos) de los hoteles en estudio. Entrevista a la delegada del Ministerio de Turismo Regional de Manabí. Encuestas intencional a todos los empleados que entregan el servicio en los hoteles de segunda categoría y encuestas de manera casual a los huéspedes que reciben el servicio.

Ver anexos # 1, 2, 3 y 4.

3.6.- Recolección de información.

Las encuestas a los huéspedes se tomaron el día 4 de Febrero del 2.008, por el encuestador Sr. Darwin Mora y Sra. Dolores Moreira.

- Las encuestas no probabilísticas casual, a los huéspedes de los hoteles en estudio dieron un total de 81 personas encuestadas.
- Las encuestas a los empleados se tomaron los días 26, 27 y 28 de Febrero por el encuestador Sr. Darwin Mora.
- Las encuestas a los empleados no probabilísticas decisional, dieron un total de 50 empleados encuestados. 24 en el hotel las gaviotas, 16 en las Rocas y 10 en el Chávez Inn.
- Entrevista: Se realizaron a los 3 administradores de los hoteles en estudio.
- Elaboración de cuadros según las variables y sus indicadores.
- Estudio estadístico de datos para la presentación de resultados.

3.7 Procesamiento de la Información.

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Capacitación del sector hotelero.

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS EMPLEADOS DE LOS HOTELES EN ESTUDIO.

1.- ¿Cuál es su nivel de instrucción?

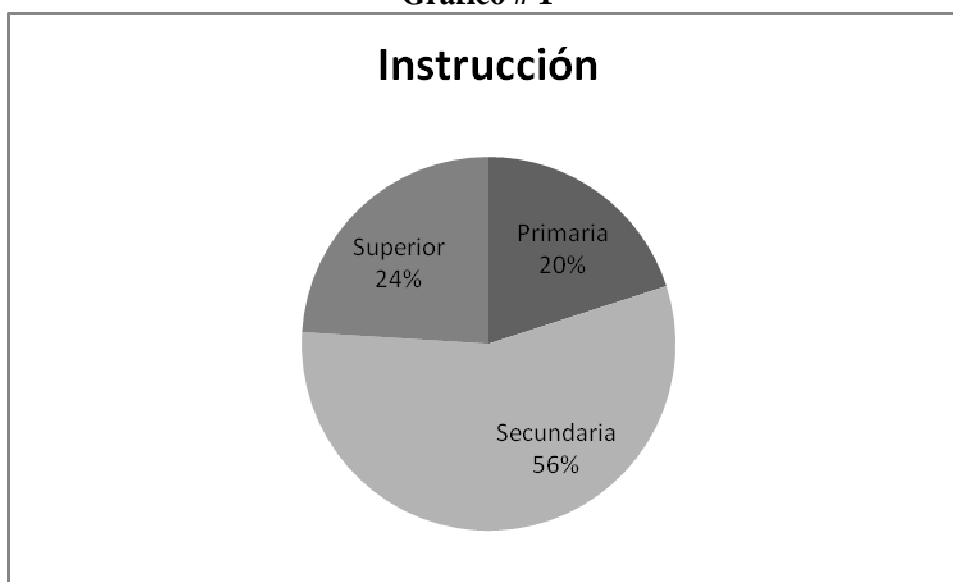
Tabla # 1

PREGUNTA # 1		
Indicador	# Empleados	Porcentaje
Primaria	10	20
Secundaria	28	56
Superior	12	24
Total	50	100

Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008

Elaboración: Investigadora.

Gráfico # 1



Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008

Elaboración: Investigadora

2.- ¿Ha recibido formación profesional Universitaria en Hotelería?

Tabla # 2

PREGUNTA # 2		
Indicador	# Empleados	Porcentaje
SI	4	8
NO	46	92
Total	50	100

Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 2



Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008

Elaboración: Investigadora

3.- ¿Ha realizado estudios técnicos o tecnológicos especializados en hotelería?

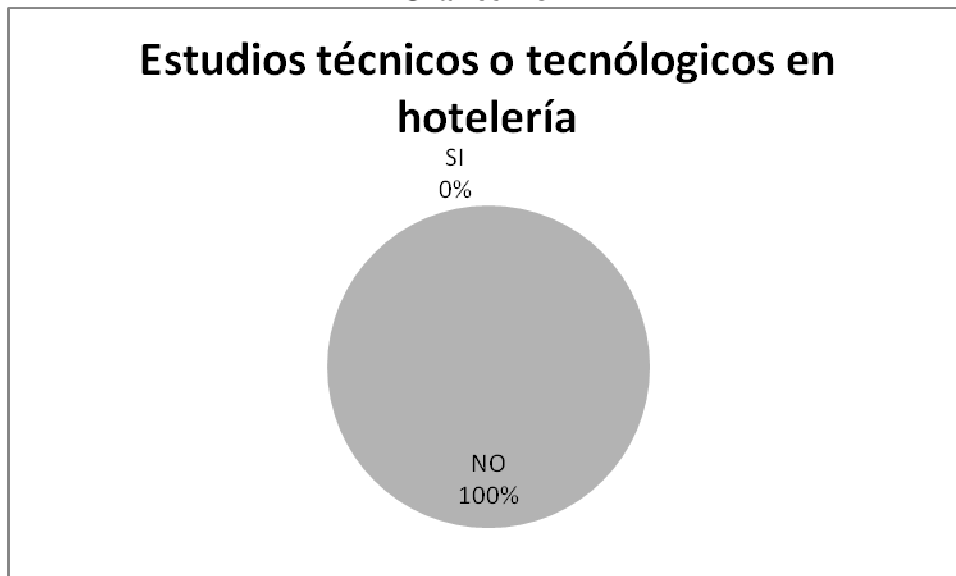
Tabla # 3

PREGUNTA # 3		
Indicador	# Empleados	Porcentaje
SI	0	0
NO	50	100
Total	50	100

Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 3



Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008

Elaboración: Investigadora

4.- ¿Ha asistido a cursos, seminarios, talleres o conferencias sobre hotelería, en el último año?

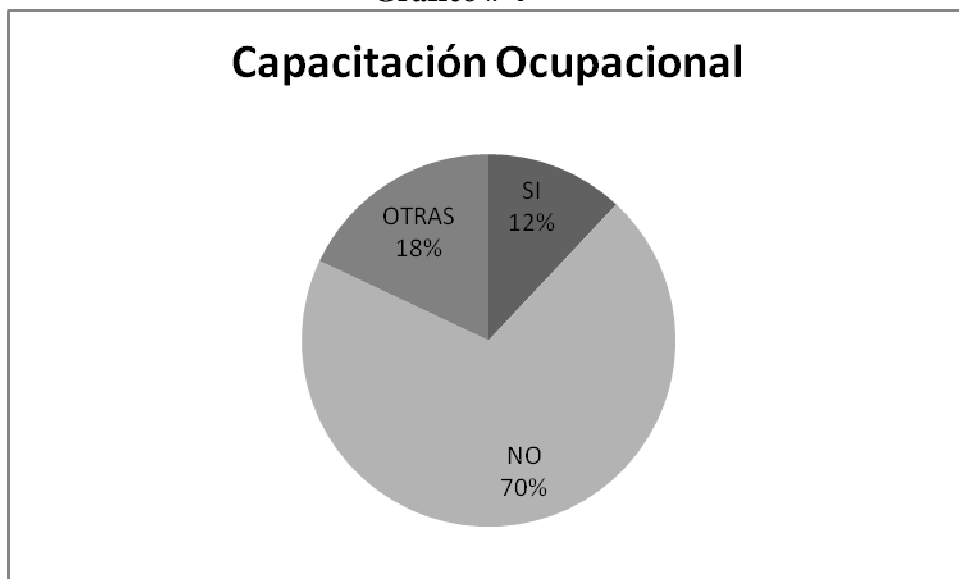
Tabla # 4

PREGUNTA # 4		
Indicador	# Empleados	Porcentaje
SI	6	12
NO	35	70
OTRAS	9	18
Total	50	100

Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008

Elaboración: Investigadora

Gráfico # 4



Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008

Elaboración: Investigadora

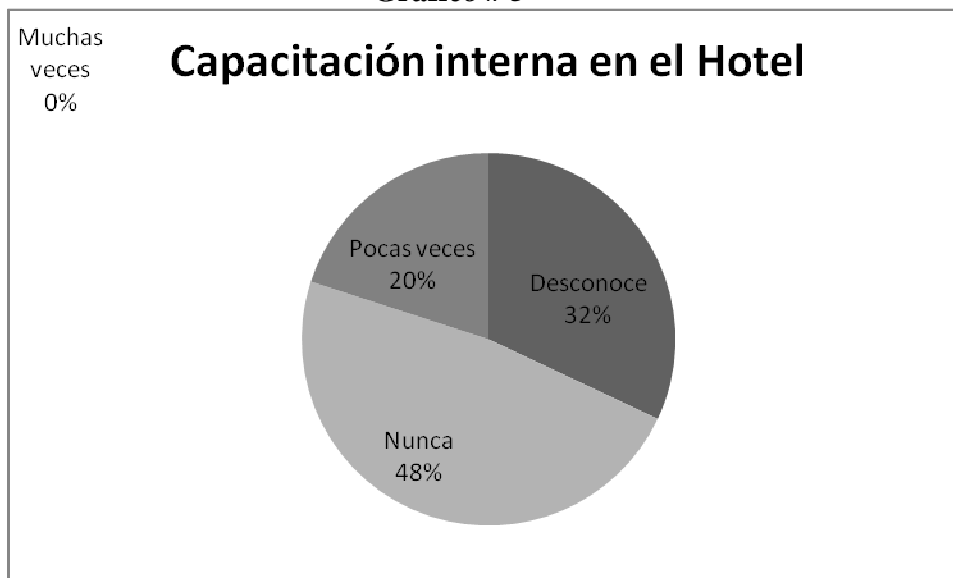
5.- ¿La empresa ha organizado internamente programas de capacitación especializados en hotelería?

Tabla # 5

PREGUNTA # 5		
Indicador	# Empleados	Porcentaje
Desconoce	16	32
Nunca	24	48
Pocas veces	10	20
Muchas veces	0	0
Total	50	100

Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008
Elaboración: Investigadora

Gráfico # 5



Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008
Elaboración: Investigadora

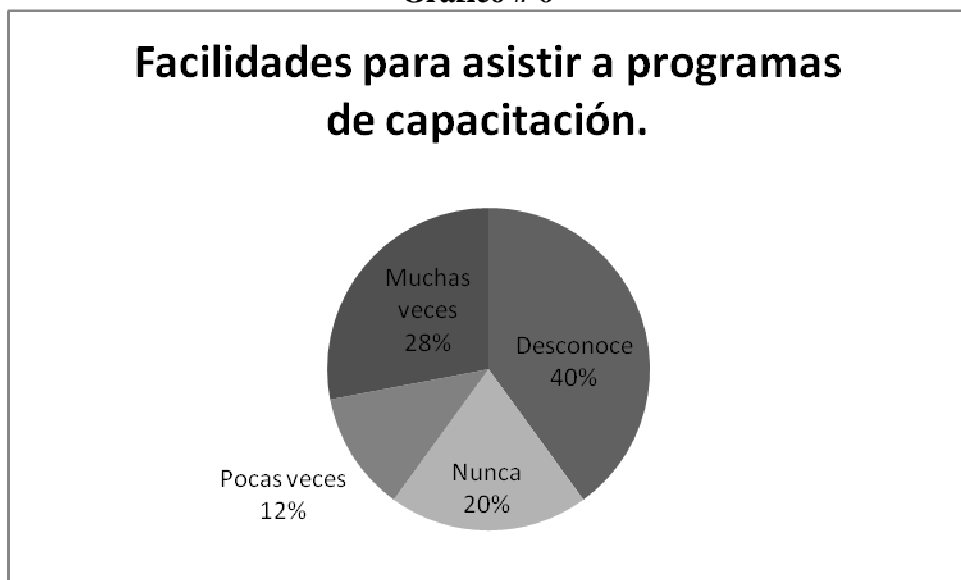
6.- ¿La empresa le dá facilidades para asistir a programas de Capacitación especializados en hotelería?

Tabla # 6

PREGUNTA # 6		
Indicador	# Empleados	Porcentaje
Desconoce	20	40
Nunca	10	20
Pocas veces	6	12
Muchas veces	14	28
Total	50	100

Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008
Elaboración: Investigadora

Gráfico # 6



Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008
Elaboración: Investigadora

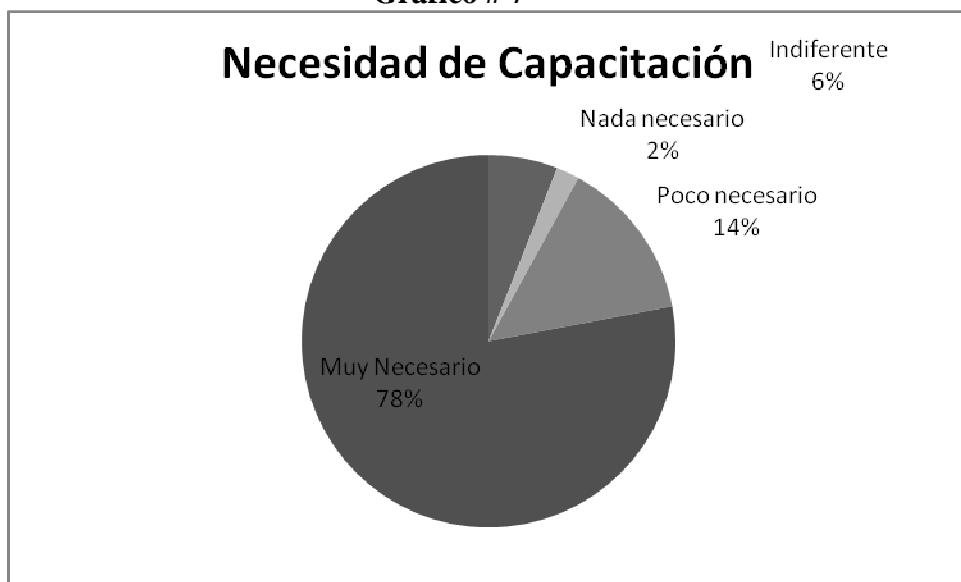
7.- ¿Considera necesario recibir un programa de capacitación especializado en hotelería?

Tabla # 7

PREGUNTA # 7		
Indicador	# Empleados	Porcentaje
Indiferente	3	6
Nada necesario	1	2
Poco necesario	7	14
Muy Necesario	39	78
Total	50	100

Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008
 Elaboración: Investigadora

Gráfico # 7



Fuente: Empleados de hoteles en estudio. Febrero/2008
 Elaboración: Investigadora

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS (HUÉSPEDES) QUE SE HOSPEDARON EN LOS HOTELES EN ESTUDIO.

VARIABLE DEPENDIENTE:

Imagen turística de la parroquia Tarqui.

1.- ¿Considera usted, que el medio ambiente (entorno) de la parroquia Tarqui es?

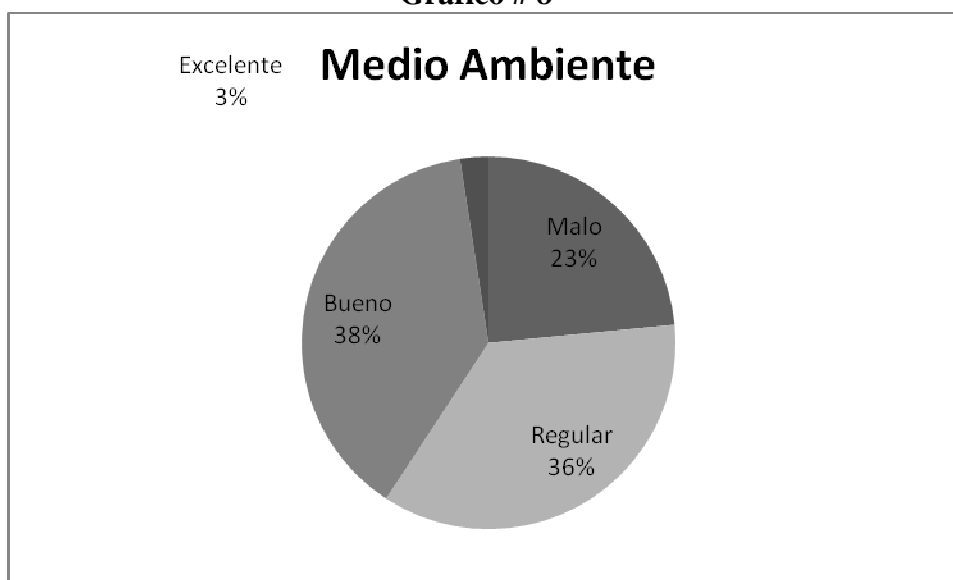
Tabla # 8

PREGUNTA # 1		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Malo	19	23
Regular	29	36
Bueno	31	38
Excelente	2	3
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 8



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

2.- ¿Considera usted, que la seguridad en la parroquia Tarqui es?

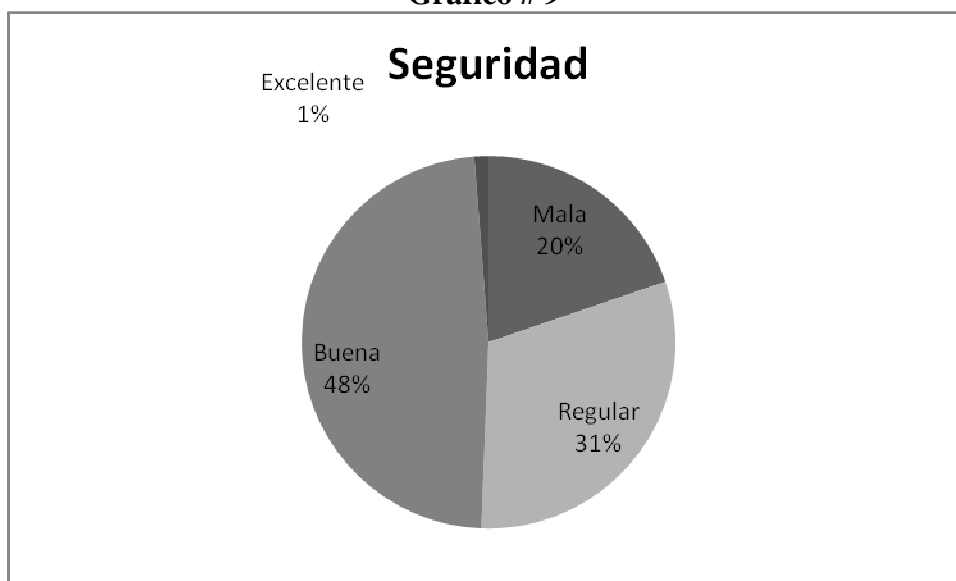
Tabla # 9

PREGUNTA # 2		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Mala	16	20
Regular	25	31
Buena	39	48
Excelente	1	1
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 9



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

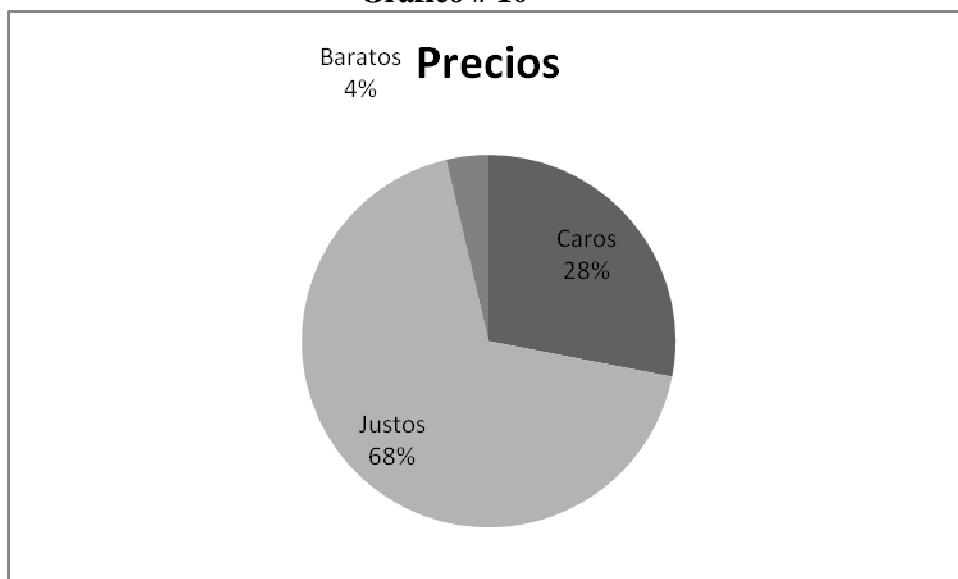
3.- ¿Considera usted, que los precios pagados en los establecimientos turísticos de la parroquia Tarqui son?

Tabla # 10

PREGUNTA # 3		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Caros	23	28
Justos	56	68
Baratos	3	4
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 10



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

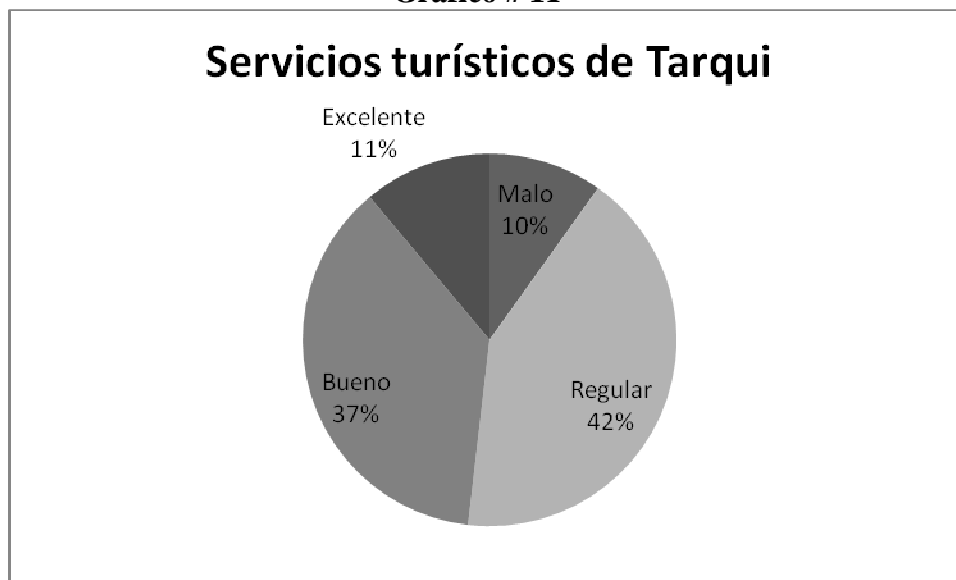
4.- ¿Considera usted, que el servicio recibido en los establecimientos turísticos de la parroquia Tarqui son?

Tabla # 11

PREGUNTA # 4		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Malo	8	10
Regular	34	42
Bueno	30	37
Excelente	9	11
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 11



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

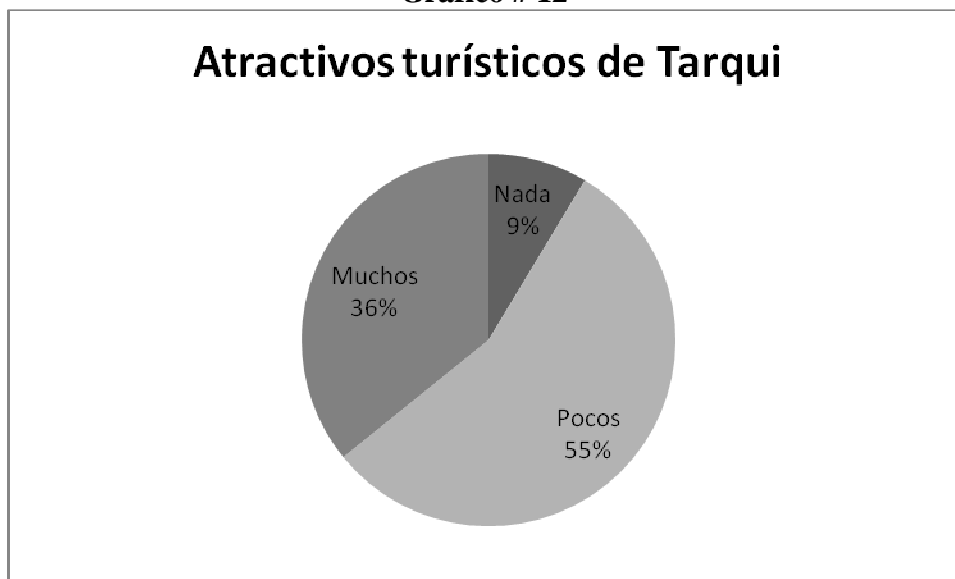
5.- ¿Considera usted, que los atractivos turísticos de la parroquia Tarqui son?

Tabla # 12

PREGUNTA # 5		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Nada	7	9
Pocos	45	55
Muchos	29	36
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 12



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

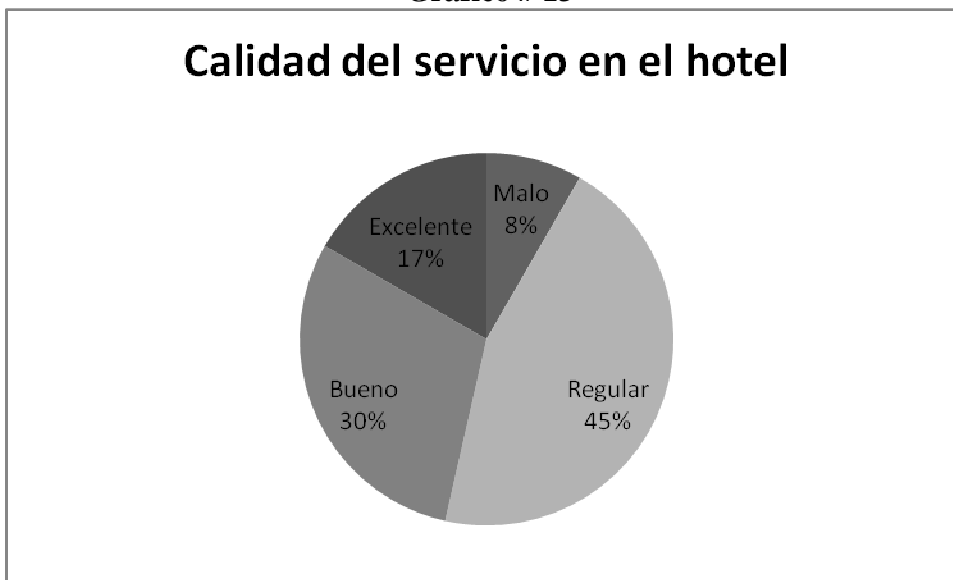
6.- ¿ Considera usted, que la calidad del servicio recibido en el establecimiento hotelero es?

Tabla # 13

PREGUNTA # 6		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Malo	7	8
Regular	38	45
Bueno	25	30
Excelente	14	17
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 13



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

7.- ¿Considera usted, que la imagen turística que proyecta la parroquia Tarqui es?

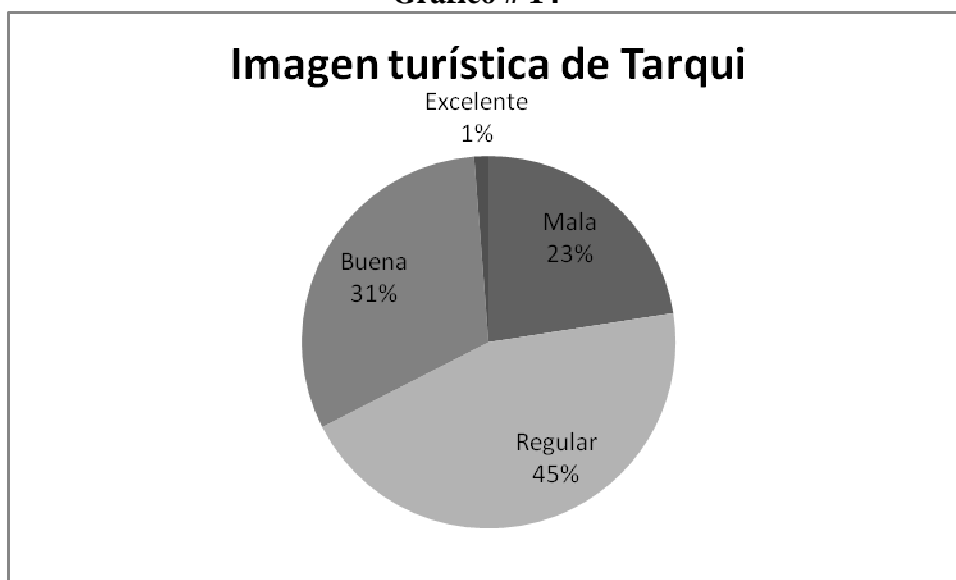
Tabla # 14

PREGUNTA # 7		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Mala	18	23
Regular	36	45
Buena	25	31
Excelente	1	1
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 14



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

8.- ¿Considera usted, que la experiencia vivida en la parroquia Tarqui, le provoca sentimientos de?

Tabla # 15

PREGUNTA # 8		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Indiferencia	8	10
Insatisfacción	47	58
Satisfacción	26	32
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 15



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

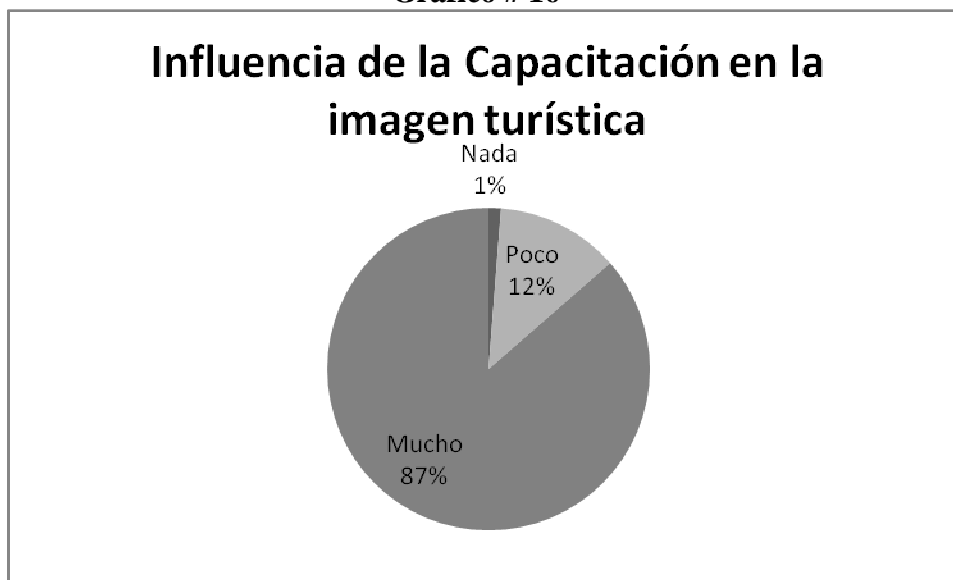
9.- ¿Considera usted, que la capacitación del sector hotelero, influye en la imagen turística de la parroquia Tarqui?

Tabla # 16

PREGUNTA # 9		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Nada	1	1
Poco	10	12
Mucho	70	87
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008

Gráfico # 16



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.
Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

10.- ¿Considera usted, necesario un programa de capacitación especializado en hotelería, para los empleados del establecimiento de alojamiento?

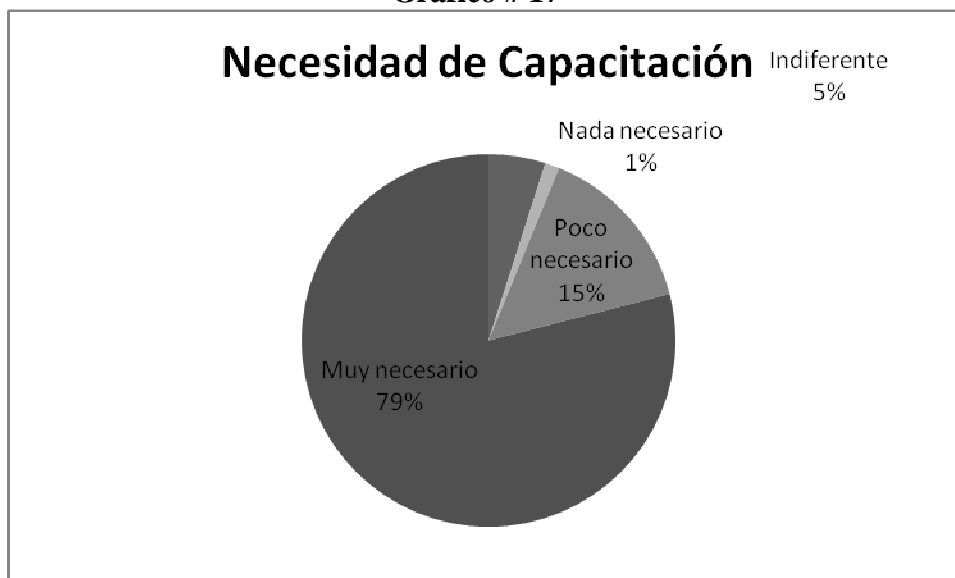
Tabla # 17

PREGUNTA # 10		
Indicador	# Turistas	Porcentaje
Indiferente	4	5
Nada necesario	1	1
Poco necesario	12	15
Muy necesario	64	79
Total	81	100

Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

Gráfico # 17



Fuente: huéspedes de los hoteles en estudio.

Elaborado: investigadora. Febrero/2008.

CAPÍTULO IV.-

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

4.1.- Análisis.

En el presente trabajo de investigación las encuestas estuvieron dirigidas a los huéspedes y empleados de los hoteles en estudio para establecer la influencia de la capacitación en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Capacitación del sector hotelero.

En la pregunta # 1.- El 56% de los empleados tienen un nivel de instrucción secundaria, el 24% tienen una formación superior y el 20% tiene un nivel de instrucción primaria.

En la pregunta # 2.- El 92% de los empleados no tienen una formación profesional Universitaria especializada en Hotelería y el 8% sí tiene una formación profesional Universitaria en Hotelería.

En la pregunta # 3.- El 100% de los empleados de los empleados, no han realizado estudios en institutos especializados en hotelería.

En la pregunta # 4.- El 70% no ha recibido capacitación ocupacional especializada en hotelería, el 12% sí ha recibido capacitación ocupacional especializada en hotelería y el 18% ha recibido otro tipo de capacitación.

En la pregunta # 5.- El 48% consideraron que la empresa nunca ha organizado programas internos de capacitación ocupacional en el establecimiento hotelero, el

32% desconoce y el 20% opinaron que pocas veces se ha organizado capacitación interna en el hotel.

En la pregunta # 6.- El 40% de los empleados desconocen, el 28% consideraron que muchas veces han tenido facilidades para asistir a programas de capacitación, el 20% consideraron que nunca han tenido facilidades y el 12% consideraron que pocas veces ha tenido facilidades para asistir a programas de capacitación.

En la pregunta # 7.- El 78% de los empleados consideran que es Muy necesario recibir un programa de capacitación especializado en hotelería, el 14% lo considera poco necesario, el 2% considera que es nada necesario y el 6% es indiferente.

VARIABLE DEPENDIENTE:

Imagen turística de la parroquia Tarqui.

En la pregunta # 1.- El 38% de los turistas opinaron que el medio ambiente de Tarqui es Bueno, el 36% que es regular, el 23% que es malo y el 3% que es excelente.

En la pregunta # 2.- El 48% de los turistas respondieron que la seguridad de Tarqui es Buena, el 31% la considera regular, el 20% mala y el 1% excelente.

En la pregunta # 3.- El 68% de los turistas encuestados dijeron que los precios que se cobran en los establecimientos turísticos de Tarqui son justos, el 28% los considera caros y el 4% baratos.

En la pregunta # 4.- El 42% de los turistas encuestados anotaron que los servicios turísticos de Tarqui son regular, el 37% que son buenos, el 10% que son malos y el 11% que son excelentes.

En la pregunta # 5.- El 55% de los encuestados opinaron que Tarqui tiene pocos atractivos turísticos, el 36% considera que muchos y el 9% que no tiene nada de atractivos.

En la pregunta # 6.- El 45% opinaron que la calidad del servicio del establecimiento hotelero regular, el 30% buena, el 17% excelente y el 8% mala.

En la pregunta # 7.- El 45% de los encuestados dijeron que la imagen turística que proyecta Tarqui es regular, el 31% opinaron que es buena, el 23% considera que es mala y el 1% que es excelente.

En la pregunta # 8.- El 58% de los encuestados expresaron insatisfacción, el 32% satisfacción y el 10% son indiferentes, ante las experiencias vividas en la parroquia Tarqui.

En la pregunta # 9.- El 87% de los encuestados comentan que la capacitación del sector hotelero, influye en la imagen turística de la parroquia Tarqui, el 12% consideran que influye poco y el 1% que no influye nada.

En la pregunta # 10.- El 79% expresaron que es necesario que los empleados de los hoteles, deban recibir capacitación especializada en hotelería. El 15% que es poco necesario, el 1% que nada necesario y el 5% es indiferente.

4.2.- Interpretación de datos (encuestas, entrevistas). Anexos # 1, 2, 3 y 4.

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Capacitación del sector hotelero.

4.2.1.- Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los empleados de los hoteles en estudio indicaron que:

El total de los empleados de los hoteles en estudio tuvieron un nivel de instrucción escolarizada; ningún empleado tiene estudios en institutos especializados en hotelería y solamente el 8% de los empleados goza de formación profesional superior especializada en Hotelería.

El 12% de los empleados han recibido capacitación ocupacional especializada en hotelería. En los hoteles en estudio pocas veces se ha organizado programas internos de capacitación ocupacional; y, solamente el 20% de los empleados han tenido facilidades para asistir a programas de capacitación. El 78% de los empleados opinaron que es necesario recibir un programa de capacitación especializado en hotelería.

4.2.2.- Los resultados obtenidos en la entrevista realizada a los directivos del sector hotelero en estudio, indicaron que:

El Ministerio de Turismo y la Cámara de Turismo ofertaron pocos cursos de capacitación. Siendo de generalidades del turismo, no se ajustaron a los requerimientos del sector hotelero.

Que los programas de capacitación debieron enfocarse, de acuerdo al perfil de cada puesto laborable en un hotel y que los mismos debían darse en las temporadas bajas o de poco movimiento.

La razón por la que no se realizaron programas internos de capacitación ocupacional, es porque de acuerdo al perfil de cada puesto, se necesitaría un capacitador diferente para cada uno de ellos, lo que representaría un alto costo para la empresa.

Consideraron que sí necesitan de un programa de capacitación especializado en hotelería y que están dispuestos a dar las facilidades para que los empleados asistan al mismo, el cual mejoraría la imagen turística que proyectan.

4.2.3. Los resultados obtenidos en la entrevista realizada a la delegada del Ministerio de turismo, indicaron que:

Se han realizado programas de capacitación en la ciudad de Manta, en los cuales se ha invitado a todo el sector hotelero de Tarqui, el que ha tenido poca participación y nunca ha solicitado capacitación ocupacional especializada en hotelería.

Los programas que se han impartido son de Relaciones Humanas y Atención al Cliente, y se encuentran impartiendo un Programa Nacional de Capacitación para emprendedores Turísticos que se llama “Turismo para todos”.

El Ministerio cuenta con partidas para el área de capacitación.

Si se realiza una propuesta de capacitación, el Ministerio cuenta con los recursos económicos para pagar capacitadores locales o si se requieren capacitadores los traen de Quito; puesto que el Ministerio cuenta con un staff de capacitadores en la Dirección Nacional. Además cubren gastos de materiales y refrigerios para los asistentes.

VARIABLE DEPENDIENTE:

Imagen turística de la parroquia Tarqui.

4.2.3.- Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los turistas (huéspedes) de los hoteles en estudio, indicaron que:

El 59% considera que el medio ambiente de la parroquia Tarqui no es agradable.

El 49% se sintieron seguros; y, el 51% de los turistas tuvieron cierta inseguridad en la parroquia Tarqui.

Los turistas en un alto porcentaje se encontraron contentos con los precios pagados en los establecimientos turísticos de la parroquia Tarqui.

En cuanto al servicio de los establecimientos turísticos de Tarqui; si sumamos a los turistas que pensaron que el servicio es malo, con quienes lo consideraron regular, tendríamos a un 52% de turistas que no están del todo satisfechos, con los servicios recibidos en Tarqui.

Los turistas consideran que Tarqui tiene pocos atractivos turísticos.

Respecto a la calidad del servicio recibido en el establecimiento hotelero, si sumamos los que consideran que la calidad del servicio del establecimiento hotelero es regular, con los que expresan que la calidad del servicio es mala, tendríamos un 53% de turistas insatisfechos con la atención recibida en el hotel que se alojaron.

Referente a la imagen turística que proyecta la parroquia Tarqui; si sumamos los que consideraron que es regular y mala, tendríamos un un 68% de turistas que no tienen una imagen turística positiva de la parroquia Tarqui.

Existe un alto índice de insatisfacción en cuanto al destino turístico seleccionado.

Los turistas encuestados, en un alto porcentaje piensan que la capacitación del sector hotelero influye mucho en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

Los cuestionados en su gran mayoría considera necesario que los empleados de los hoteles, deban recibir un programa de capacitación especializado en hotelería.

4.3.- Verificación de hipótesis.

La escasa capacitación del sector hotelero, influye negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

Resultados estadísticos que demostraron la validez de la hipótesis:

Sólo el 8% de los empleados del sector hotelero son profesionales especializados en hotelería y el 70% de los empleados no han recibido capacitación ocupacional especializada en hotelería; siendo ésto la causa para que el 45% de los huéspedes consideren que la calidad del servicio hotelero es regular y el 8% que la calidad del servicio hotelero es malo, como resultado se tendría que un 53% de turistas que opinan que la calidad del servicio hotelero no es satisfactorio.

En cuanto a la experiencia vivida por los turistas en la parroquia Tarqui un 58% expresan insatisfacción.

Los turistas consideran que la imagen turística que proyecta la parroquia Tarqui es un 45% regular y un 23% que es mala, lo que nos daría como resultado que un 68% de turistas tengan una imagen negativa.

Los resultados obtenidos demuestran que existe una “escasa capacitación del sector hotelero la misma que influye negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui”.

CAPÍTULO V.-

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1.- CONCLUSIONES:

- El porcentaje de profesionales en hotelería que laboran en el sector hotelero es muy bajo, no pasa del 8%, lo que significa que el sector hotelero de Tarqui está desaprovechando a los profesionales graduados en las universidades del país.
- El porcentaje de empleados del sector hotelero de Tarqui, que recibieron capacitación ocupacional especializada en Hotelería es muy bajo.
- Los hoteles en estudio pocas veces organizaron programas internos de capacitación ocupacional especializada en hotelería y el porcentaje de empleados que tuvieron facilidades para asistir a programas de capacitación es muy bajo.
- Los empresarios consideraron que la oferta de capacitación que han realizado los organismos rectores de la actividad turística no fueron enfocadas al sector hotelero de acuerdo a los puestos laborales y que los horarios están mal estructurados.
- Los turistas consideraron que la Parroquia Tarqui, tiene un medio ambiente no agradable, con un alto porcentaje de inseguridad, se sintieron contentos con los precios pagados en los establecimientos turísticos, no así con el servicio recibido en los establecimientos turísticos y con la calidad del servicio recibido en el establecimiento hotelero. Además consideraron que Tarqui tiene pocos

atractivos turísticos, denotándose un alto índice de insatisfacción por el destino turístico seleccionado.

- En su gran mayoría los turistas consideraron que Tarqui tiene una imagen turística negativa y opinaron que los empleados del sector hotelero deben recibir programas de capacitación especializado en hotelería.
- Ha existido una escasa capacitación en el sector hotelero, lo que ha influido negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

5.2.- RECOMENDACIONES:

- Que el sector hotelero de Tarqui dé mayor oportunidad laboral a los profesionales graduados de las Universidades especializados en hotelería.
- Elevar el índice de empleados capacitados en el sector hotelero de Tarqui.
- Que los empresarios hoteleros asuman con responsabilidad la capacitación ocupacional de los empleados en los establecimientos hoteleros.
- Elaborar un plan de capacitación ocupacional para los empleados del sector hotelero, enfocado en los diferentes puestos laborales y con horarios en días de baja demanda, que permitan la asistencia de los empleados a la capacitación.
- Elaborar un plan de capacitación que sea aplicado a todo el sector hotelero de la parroquia Tarqui.
- Que el plan de capacitación tenga como objetivo, lograr la satisfacción de los turistas que se alojan en los establecimientos hoteleros de Tarqui y por lo tanto mejorar la imagen turística de la parroquia.

CAPÍTULO VI.-

PROPUESTA.

6.1.- Datos informativos.

6.1.1.- Tema: “PROGRAMA DE CAPACITACIÓN OCUPACIONAL, ESPECIALIZADO EN HOTELERÍA, PARA EMPLEADOS DEL SECTOR HOTELERO DE LA PARROQUIA TARQUI HA DESARROLLARSE EN LOS AÑOS 2.008-2.009”

6.1.2.- Beneficiarios:

Directos: Empleados del sector hotelero de la parroquia Tarqui.

Indirectos: Empresarios y turistas del sector hotelero de la parroquia Tarqui.

6.1.3.- Ubicación sectorial y física:

La propuesta será implementada en el sector hotelero de la parroquia Tarqui del cantón Manta,

La parroquia Tarqui constituye un amplio sector del cantón con 10 establecimientos hoteleros clasificados en segunda y tercera categoría.

Hoteles de segunda categoría:

Las Rocas, Las Gaviota y Chávez Inn.

Hoteles de tercera categoría:

Vista al Mar, Felipe Navarrete, Agua Blanca, Boulevard 3, Old Navy, Panorama y El Inca.

6.2.- Antecedentes de la propuesta.

En la investigación realizada se encontró que el porcentaje de empleados que recibieron capacitación es bajo y por otro lado los empresarios consideran que la oferta de capacitación de los organismos responsables, no ha sido enfocada al perfil laboral del sector hotelero que ellos requieren, no existiendo una verdadera oferta de capacitación ocupacional especializada en hotelería.

En su gran mayoría los turistas consideran que Tarqui tiene una imagen turística negativa y opinan que los empleados del sector hotelero deben recibir programas de capacitación especializados en hotelería.

Los resultados de la investigación aplicada, nos dejan ver que la hipótesis es verdadera: “La escasa capacitación del sector hotelero influye negativamente en la imagen turística de la parroquia Tarqui”.

Los resultados obtenidos demostraron que es necesario y urgente plantear una propuesta que dé solución al problema de la capacitación en el sector hotelero de la parroquia Tarqui.

6.3.- Objetivos.

6.3.1.- OBJETIVO GENERAL

Plantear un programa de capacitación ocupacional especializado en hotelería, para los empleados del sector hotelero de la parroquia Tarqui.

6.3.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elevar el índice de empleados capacitados en hotelería en el sector de la parroquia Tarqui.

- Presentar un plan con horarios que permitan la asistencia de los empleados del sector hotelero de Tarqui.
- Elaborar programa enfocado a los diferentes puestos ocupacionales del sector hotelero de Tarqui.
- Elevar la calidad del servicio en los establecimientos hoteleros de la parroquia Tarqui.
- Mejorar la imagen turística de la parroquia Tarqui.

6.4.- Justificación.

La presente propuesta Programa de Capacitación Ocupacional especializado en Hotelería, para los empleados del sector hotelero de la parroquia Tarqui ha desarrollarse en los años 2.008-2.009, se justifica porque:

Será de mucha importancia para dar solución al problema de la capacitación del sector hotelero de la parroquia Tarqui.

Esta capacitación tendrá como objetivos: incrementar la productividad, promover la eficiencia, proporcionar preparación, adquirir mayor responsabilidad, ayudar a desarrollar condiciones de trabajo más satisfactorias, promover el mejoramiento de sistemas y procedimientos administrativos y operativos, contribuir a reducir las quejas del personal y proporcionar un mayor empoderamiento laboral, promover los ascensos sobre la base del mérito personal, contribuir a la reducción del movimiento del personal, como renuncias o despidos por mal desempeño,

contribuir a la reducción de accidentes de trabajo, contribuir a la reducción de los costos operativos y promover el mejoramiento de las relaciones humanas en la empresa.

En lo social beneficiará directamente a las familias de los empleados y a los empleados que laboran en el sector hotelero; puesto que los conocimientos que obtendrán en la capacitación y su aplicación en el puesto de trabajo, les dará mayor estabilidad laboral.

Servirá también a los empresarios del sector hotelero, ya que obtendrán mayor productividad de sus empleados, lo cual se verá reflejado en el crecimiento de la actividad turística hacia los establecimientos hoteleros y por ende en un crecimiento económico de sus empresas.

Beneficiará a los turistas, quienes recibirán un mejor servicio por parte de los establecimientos hoteleros, percibiendo mayor satisfacción por la atención recibida.

Ayudará a la parroquia Tarqui, mejorando la imagen turística que ésta proyecta.

Económicamente por el efecto multiplicador del turismo se beneficiarán amplios sectores de la economía local.

6.5.- Fundamentación.

La capacitación es una de las funciones más importantes de los recursos humanos, ya que el mejoramiento y aumento de los conocimientos de los empleados ayudará a la empresa a mantener, tanto una eficacia como una eficiencia en el rendimiento del trabajo y el aumento de las utilidades.

Para todo esto deberá tenerse en cuenta que los resultados de la capacitación no se presentan luego, sino que son resultados a mediano y largo plazo, por lo que muchas organizaciones -especialmente en México que no se planea a largo plazo- se considera a la capacitación como un gasto, no como una inversión que en un futuro nos garantizará una eficiencia organizacional. Además de esto se puede concluir que:

- La capacitación en las organizaciones forma parte de la educación y de la formación integral de las personas. En las organizaciones, el entrenamiento de los trabajadores debe vincularse y complementarse con otras actividades que contribuyan a su formación.
- El aprendizaje en la capacitación significa un cambio de conducta, por lo que los cambios que se produzcan en los trabajadores deben ser producto de las necesidades previamente detectadas.
- La capacitación efectiva debe ser la específica enseñanza para una necesidad, por lo consiguiente, un curso debe ser siempre originado por un problema o una necesidad. Si un curso no es orientado a reducir ese problema no se justifica estrictamente su desarrollo.¹⁵

6.6.- Metodología.

Aprendizaje programado con el Método sistemático para enseñar habilidades y destrezas para el puesto ocupacional.

Programa de Capacitación:

- Teórico basado en la aplicación de un manual diseñado pedagógicamente en las competencias que debe tener cada puesto laboral.

¹⁵ www.monografias.com/capacitaciónydesarrollo.

- Práctico basado en experiencia profesional del capacitador, quien enseñará cómo debe hacerse; y, el estudiante (empleado) quien deberá demostrar las habilidades y destrezas desarrolladas en la aplicación del conocimiento teórico-práctico.

6.6.1.- Descripción de la Propuesta:

El proyecto constituirá un ensayo que buscará contribuir a subir el índice de capacitación y a mejorar el desempeño laboral de los empleados y ser un punto de partida para elevar la calidad de los servicios en las empresas hoteleras.

El programa de capacitación ocupacional especializada en hotelería enfocará los puestos específicos de:

- Meseros y Capitán de meseros.
- Cocineros.
- Botones (conserje).
- Recepcionistas
- Camareros (as).

6.6.2.- Esquema de Contenidos:

- 1.- FUNDAMENTOS Y FUNCIONES DEL PUESTO.
- 2.- MOBILIARIO, EQUIPOS Y MATERIALES DE TRABAJO
- 3.- CONOCIMIENTOS DIARIOS.
- 4.- PREPARACIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO
- 5.- PRESTACIÓN DEL SERVICIO
- 6.- SERVICIOS ESPECIALES
- 7.- ENTREGA DEL TURNO
- 8.- NORMAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL Y AMBIENTAL.

6.6.3.- Plan de acción:

Coordinación y planificación del programa de capacitación, con la delegada del Ministerio de Turismo y con los empresarios hoteleros de la parroquia Tarqui.

Elaboración del Manual de capacitación de acuerdo a las necesidades del sector hotelero de Tarqui.

Presentación del programa de capacitación a los empresarios hoteleros de Tarqui.

Promoción del programa de capacitación.

Inscripción de los aspirantes al programa de capacitación, quienes deben ser empleados del sector hotelero de Tarqui.

Realización del Programa de capacitación:

- Taller de capacitación para botones
- Taller de capacitación para recepcionistas
- Taller de capacitación para Meseros y Capitán de Meseros (as)
- Taller de capacitación para camareros (as)
- Taller de capacitación para cocineros (as)

Entrega de informe de resultados a las autoridades y empresarios del sector hotelero de Tarqui.

Nota.- El programa será monitoreado y evaluado permanentemente, a fin de tomar los correctivos necesarios de manera oportuna.

Cronograma de actividades:

Ver anexo # 5.

6.7.- Administración:

6.7.1.- Factibilidad:

Para la realización del programa de capacitación especializado en hotelería, la propuesta contará con la aceptación del Ministerio de Turismo y de los

empresarios del sector hotelero de la parroquia Tarqui y sobre todo con la predisposición de los empleados del sector hotelero de la parroquia Tarqui.

Factibilidad Legal:

La propuesta es factible porque la capacitación es parte de la educación, la que se ampara en la constitución de la República del Ecuador que dice:

En la sección Octava **De la Educación** Art. 66.- La educación es derecho irrenunciable de las personas, deber inexcusable del Estado, la sociedad y la familia; área prioritaria de la inversión pública, requisito del desarrollo nacional y garantía de la equidad social. Es responsabilidad del Estado definir y ejecutar políticas que permitan alcanzar estos propósitos.

Factibilidad Económica:

Es factible por cuanto el Ministerio de Turismo facilitará los recursos económicos necesarios y las empresas hoteleras de Tarqui las instalaciones para la realización del programa de capacitación.

Impacto de la propuesta:

En lo educativo, se estará cubriendo necesidades insatisfechas de la población y cumpliendo con un rol que es responsabilidad del estado para generar desarrollo en el país.

El impacto en lo social será positivo puesto que dará mayor estabilidad a los empleados en su trabajo.

En lo económico generará crecimiento en la empresa y beneficiará a un amplio sector de la economía local.

En lo ambiental no causará ningún daño al entorno, por lo contrario se obtendrán beneficios con colaboradores en la empresa que conocerán sobre normas de seguridad industrial y ambiental.

6.7.2.- Recursos:

Recursos Humanos:

Beneficiarios directos del programa de Capacitación:

Empleados del sector hotelero de la parroquia Tarqui.

Beneficiarios indirectos del programa de Capacitación:

Empresarios Hoteleros de la parroquia Tarqui del cantón Manta.

Responsables del programa de capacitación:

Delegado del Ministerio de Turismo responsable del área de Capacitación.

Directora del programa de capacitación.

Personal técnico: 5 Capacitadores especializados en Hotelería:

1 servicio de restaurante y cafetería (mesero-a).

1 pisos y habitaciones (camarero-a).

1 recepción.

1 conserjería (botones).

1 alimentos y bebidas (cocinero-a).

Recursos Materiales y Equipos:

Equipos de oficina

Material de oficina

Papelería
Manual de Capacitación
Refrigerios
Local adecuado para impartir el programa.

Recursos Económicos:

Costo aproximado del programa: \$ 5.000, 00

Costo por participante: \$ 100, 00

GASTOS:

Pago 5 capacitadores c/u. \$ 500, 00	2.500, 00
A y A 5 capacitadores c/semana \$ 150, 00 x 2 s. = \$ 300, 00	1.500, 00
Refrigerios	100, 00
Materiales de oficina	100, 00
Manuales de de apoyo didáctico	400, 00
Imprevistos	400, 00

El Ministerio de Turismo proveerá de los capacitadores, financiará el costo de refrigerios y del manual de capacitación, y los empresarios hoteleros de Tarqui, darán las facilidades de alojamiento y alimentación para los capacitadores y las instalaciones para la realización del programa de capacitación.

Con una base de 10 establecimientos hoteleros y un mínimo de 1 participante por cada establecimiento, en cada Módulo se contará con un mínimo de 10 asistentes.

6.8.- Previsión de la evaluación.

Para que la propuesta planteada asegure el éxito deseado es necesario monitorear y evaluar permanentemente su desarrollo, a fin de tomar los correctivos de manera oportuna y eficaz.

BIBLIOGRAFÍA.

- 1.- BÁEZ, S. (2000). *Hotelería*. México: CECSA.
- 2.- CABANELLAS, G. (1981). *Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual*. Buenos Aires. Heliasta S.R.L.
- 3.- FONSECA, E. (2007). *Turismo Hotelería y Restaurante*. Lima. Lexus.
- 4.- LUNDBERG, D. (1986). *Organización y Administración de Turismo*. Barcelona. Centrum.
- 5.- PUJOLS, B. (1999). *Diccionario de Marketing*. Madrid. Cultural, S.A.
- 6.- VILLENA, E. (2003) *Técnico en Hotelería y Turismo*. Madrid. Cultural, S. A.

OTROS:

GUÍA DE SERVICIOS TURÍSTICOS 2007. MANTA ME ENCANTA.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR DE 1998.

LEY DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EMPRESARIAL SOBRE IBEROAMÉRICA. (1999). CIDEIBER.

WEB:

www.expreso-ce/especial-economía/turismo.asp

www.geocities.com/lasolucionamihueva/administración/capacitación.htm

www.monografias.com

www.monografoas.com/recursoshumananos/capacitacion

www.monografias.com//capacitación/capacitacionydesarrollo

ANEXOS

ANEXO # 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DEL SECTOR HOTELERO EN ESTUDIO.

N.

ENCUESTADOR:

ENCUESTADO PUESTO EN EL QUE LABORA:

LUGAR Y FECHA:

OBJETIVO: Conocer la necesidad de capacitación del sector hotelero de Tarqui.

MARQUE CON UNA X DONDE CORRESPONDA.

1.- ¿Cuál es su nivel de instrucción:

Primaria Secundaria Superior

2.- ¿Ha recibido formación profesional Universitaria, especializada en hotelería?

SI **NO**

Si la respuesta es positiva indique hasta que nivel:

Primer Año Segundo Año Tercer Año Cuarto Año Quinto Año

Si concluyó con los estudios, cuál fue el título obtenido:.....

3.- ¿Ha realizado estudios en institutos especializados en hotelería?

SI **NO**

Si la respuesta es positiva indique hasta que nivel:

Primer Año Segundo Año Tercer Año

Si concluyo con los estudios, cuál fue el título obtenido:.....

4.- ¿Ha asistido a cursos, seminarios, talleres, charlas, o conferencias especializadas en hotelería en el último año?

SI **NO** Otro tipo de capacitación

5.- ¿La empresa ha organizado internamente programas de capacitación en hotelería?

Algunas veces Pocas veces Nunca Desconoce

6.- ¿La empresa le dá las facilidades para asistir a programas de capacitación en hotelería?

SI **NO** Talvez Desconoce

7.- ¿Considera necesario recibir un programa de capacitación especializado en Hotelería?

Muy necesario poco necesario nada necesario indiferente

¡Muchas gracias por su colaboración, nos será de mucha ayuda!

ANEXO # 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS (HUÉSPEDES) DE LOS HOTELES EN ESTUDIO, DE LA PARROQUIA TARQUI

N.

ENCUESTADOR:

LUGAR Y FECHA:

OBJETIVO: Conocer la influencia de la capacitación en la imagen turística de la parroquia Tarqui.

MARQUE CON UNA X DONDE CORRESPONDA.

1.- ¿Considera usted, que el medio ambiente (entorno) de la parroquia Tarqui es?

Malo Regular Bueno Excelente

2.- ¿Considera usted, que la seguridad que le ofrece la parroquia Tarqui es?

Mala Regular Buena Excelente

3.- ¿Considera usted, que los precios pagados en los establecimientos turísticos de Tarqui son?

Caros justos baratos

4.- ¿Considera usted, que el servicio recibido en los establecimientos turísticos de Tarqui es?

Malo Regular Bueno Excelente

5.- ¿Considera usted, que la imagen turística que proyecta la parroquia Tarqui es?

Mala Regular Buena Excelente

6.- ¿Considera usted, que el servicio recibido en el establecimiento hotelero es?

Malo Regular Bueno Excelente

7.- ¿Considera usted, que la imagen turística que proyecta Tarqui es?

Mala Regular Buena Excelente

8.- ¿Considera usted, que la experiencia vivida en Tarqui, le provoca sentimientos de?

Satisfacción insatisfacción le es indiferente

9.- ¿Considera usted, necesario que los empleados del sector hotelero de Tarqui deban recibir un programa de capacitación especializado en hotelería?

Muy necesario poco necesario nada necesario le es indiferente

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN, LA CUÁL SERÁ DE MUCHA AYUDA!

ANEXO # 3

ENTREVISTAS REALIZADAS A DIRECTIVOS DEL SECTOR HOTELERO EN ESTUDIO.

ENTREVISTA N. 001

EMPRESA: "HOTEL LAS GAVIOTAS"

ENTREVISTADO: Gerente. Eco. Martha de Gómez

ENTREVISTADOR: Investigador. Lcda. Dolores Moreira

LUGAR Y FECHA: Tarqui, 28 de Febrero del 2.008

OBJETO DE ESTUDIO: Conocer la necesidad de programas de capacitación en el sector hotelero de Tarqui.

1.- ¿La empresa que Ud. Dirige cuenta con colaboradores capacitados en hotelería?

Sí, en la selección de los empleados de preferencia se escoge a quienes tienen experiencias en hotelería o tienen estudios en la misma.

2.- ¿Considera usted, que los responsables de la capacitación especializada en hotelería son?

El Ministerio de Turismo y la Cámara de Turismo.

3.- ¿Considera usted que estos organismos han ofertado capacitación?

Sí, han ofertado cursos de capacitación en Turismo. La última vez que nos llegó una invitación del Ministerio de Turismo, fue para un curso sobre emprendedores turísticos, que no se ajusta a nuestros requerimientos.

4.- ¿Considera usted que los cursos deben ser especializados en hotelería?

Sí, los cursos de capacitación que nosotros requerimos deben ser enfocados en puestos específicos de los hoteles, de esta manera tendremos la posibilidad de enviar a los empleados de acuerdo al perfil del programa de capacitación.

5.- ¿Cuál ha sido la razón para la poca participación de los empleados en programas de capacitación?

Una de las razones es que los programas de capacitación son muy generales, no especializados en hotelería y otra de las razones es que los horarios en que se

dictan no son los más adecuados. Los horarios deben ser en los días de menor afluencia de turistas y en temporadas bajas.

6.- ¿La empresa que usted dirige ha organizado internamente programas de capacitación especializado en hotelería?

No, ya que al traer un capacitador para pocos empleados no se justifica. Ya que deberíamos traer uno para los meseros, otro para los recepcionistas, otro para las camareras, otro para los cocineros, cada puesto tiene sus funciones específicas y son pocos los empleados poli funcionales; el costo sería muy alto para la empresa. Lo que si hacemos, son reuniones permanentes para tratar asuntos sobre las normas y políticas internas del establecimiento que deben ser cumplidas por todos los empleados.

7.- ¿Considera necesario un programa de capacitación especializado en hotelería para sus colaboradores?

Sí, realmente lo necesitamos.

8.- ¿Estaría la empresa dispuesta a dar las facilidades para que los empleados asistan a un programa de capacitación especializado en hotelería?

Sí, siempre y cuando los horarios nos permitan dar estas facilidades. Además nosotros ponemos a disposición las instalaciones del hotel, para la realización del programa de capacitación.

9.- ¿Considera usted que la escasa capacitación del sector hotelero, influye en la imagen turística de la parroquia Tarqui?

Por supuesto, a mayor capacitación especializada, mejor será la imagen turística que proyectemos.

¡Gracias por su colaboración!

ENTREVISTA N. 002

EMPRESA: "HOTEL LAS ROCAS"

ENTREVISTADO: Gerente. Sra. Lourdes Tinitana.

ENTREVISTADOR: Investigador. Lcda. Dolores Moreira

LUGAR Y FECHA: Tarqui, Marzo 23 del 2.008

OBJETO DE ESTUDIO: Conocer la necesidad de programas de capacitación en el sector hotelero de la parroquia Tarqui.

1.- ¿La empresa que Ud. Dirige cuenta con colaboradores capacitados en hotelería?

No, solo contamos con personal de nivel medio.

2.- ¿Considera usted, que los responsables de la capacitación especializada en hotelería son?

El Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo, I. Municipio del cantón Manta.

3.- ¿Considera usted que estos organismos han ofertado capacitación?

En el tiempo que tengo administrando el hotel, nunca he recibido una propuesta de capacitación.

4.- ¿Considera usted que los cursos deben ser especializados en hotelería?

No, considero que la capacitación debe estar vinculada con toda la actividad turística en general

5.- ¿Cuál ha sido la razón para la poca participación de los empleados en programas de capacitación?

No se ha participado, porque no ha habido invitación de ninguna empresa o institución.

6.- ¿La empresa que usted dirige ha organizado internamente programas de capacitación especializados en hotelería?

No

7.- ¿Considera necesario un programa de capacitación especializado en hotelería para sus colaboradores?

Sí, porque que es necesario para mejorar el servicio y entregar un mejor producto al cliente.

8.- ¿Estaría la empresa dispuesta a dar las facilidades para que los empleados asistan a un programa de capacitación especializado en hotelería?

Sí, siempre y cuando los horarios se ajusten al tiempo libre de los colaboradores.

9.- ¿Considera usted que la escasa capacitación del sector hotelero, influye en la imagen turística de la parroquia Tarqui?

Sí, porque en su mayoría, las personas que hacen hotelería en Tarqui, ejercen esta actividad de una manera poca profesional.

¡Gracias por su colaboración!

ENTREVISTA N. 003

EMPRESA: Hotel "Chávez Inn"

ENTREVISTADO: Gerente. Regina Chávez

ENTREVISTADOR: Investigador. Lcda. Dolores Moreira

LUGAR Y FECHA: Tarqui, marzo 26 del 2.008.

OBJETO DE ESTUDIO: Conocer la necesidad de programas de capacitación en el sector hotelero de la parroquia Tarqui.

1.- ¿La empresa que Ud. Dirige cuenta con colaboradores capacitados en hotelería?

No, sólo cuenta con personal de nivel primario.

2.- ¿Considera usted, que los responsables de la capacitación especializada en hotelería son?

El Ministerio de Turismo y la Cámara de Turismo.

3.- ¿Considera usted que estos organismos han ofertado capacitación?

No, desde los 8 meses que está a mi cargo de esta administración nunca se ha tenido una invitación de ninguna empresa u organización.

4.- ¿Considera usted que los cursos deben ser especializados en hotelería?

Sí, los cursos de capacitación que se deben impartir deben enfocarse en materias específicas, dependiendo del puesto de trabajo que tiene el colaborador.

5.- ¿Cuál ha sido la razón para la poca participación de los empleados en programas de capacitación?

No, la ha habido porque no ha existido invitación alguna para asistir a seminarios.

6.- ¿La empresa que usted dirige ha organizado internamente programas de capacitación especializado en hotelería?

No, nunca porque este establecimiento es nuevo y no ha surgido aún la necesidad de capacitar a los empleados.

7.- ¿Considera necesario un programa de capacitación especializado en hotelería para sus colaboradores?

Sí, realmente es necesario para poder crecer y tener mayor conocimiento en esta actividad.

8.- ¿Estaría la empresa dispuesta a dar las facilidades para que los empleados asistan a un programa de capacitación especializado en hotelería?

Sí, es la única razón para que los colaboradores puedan aprender y aplicarlo en el lugar de trabajo y por ende mejorar el hotel.

9.- ¿Considera usted, que la escasa capacitación del sector hotelero influye en la imagen turística de la parroquia Tarqui?

Sí, la poca capacitación en el campo hotelero ha hecho que haya una limitación en la prestación de servicio y en la calidad del mismo.

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO # 4

ENTREVISTA REALIZADA A REPRESENTANTE DEL MINISTERIO DE TURISMO

ENTREVISTA N. 004

INSTITUCIÓN. MINISTERIO DE TURISMO

ENTREVISTADO: Lcda. Gina Molina – Responsable del área de capacitación.

ENTREVISTADOR: Investigador. Lcda. Dolores Moreira

LUGAR Y FECHA: Portoviejo, 15 de Noviembre del 2007

OBJETO DE ESTUDIO: Conocer los programas de capacitación que oferta el Ministerio de Turismo y las posibilidades de financiar un programa para el sector hotelero de la parroquia Tarqui del cantón Manta.

1.- ¿Se han impartido programas de capacitación para el sector hotelero de la provincia en los últimos años?

Sí, hemos realizados programas de capacitación en la provincia.

2.- ¿Han realizado programas de capacitación hotelera en la parroquia Tarqui del cantón Manta? No, en realidad la propuesta ha sido para todo el cantón Manta, en el cual se ha invitado a todo el sector hotelero de la ciudad, en donde ha existido poca asistencia del sector de Tarqui.

3.- ¿Cuál ha sido la temática de los programas de capacitación que se ha impartido?

Relaciones Humanas y Atención al Cliente, y en éste momento nos encontramos con un programa nacional de Capacitación para emprendedores Turísticos que se llama Turismo para todos.

4.- ¿Cuentan con recursos económicos para capacitación? Sí, el Ministerio cuenta con partidas para el área de capacitación.

5.- ¿Otorgaría el Ministerio de Turismo, los recursos económicos para dar un programa de capacitación para el sector hotelero de la parroquia Tarqui del cantón Manta?

Si se realiza una propuesta de capacitación el Ministerio cuenta con los recursos económicos para pagar capacitadores locales o si se requieren capacitadores los traemos de Quito; puesto que el Ministerio cuenta con un staff de capacitadores en la Dirección Nacional. Además cubrimos gastos de materiales y refrigerios para los asistentes.

6.- ¿Por qué no se ha dado antes un programa de capacitación para el sector hotelero de la parroquia Tarqui?

Realmente, las necesidades de la provincia son muchas y en el caso de Tarqui nunca nos los han solicitado, como si se ha dado el caso con Pedernales, San Jacinto y otras localidades turísticas de la provincia de Manabí.

¡Gracias por su colaboración, estaremos en contacto!

ANEXO # 5

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	PRIMER MES				SEGUNDO MES				TERCER MES				CUARTO MES				QUINTO MES				SEXTO MES				RESPONSABLES
	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	
1	Coordinación final con el representante del Ministerio de Turismo.	X	X																						Directora
2	Elaboración del Manual de capacitación.			X	X	X	X																		Del programa
3	Presentación del programa a los empresarios hoteleros.							X																	Lcda. Dolores Moreira.
4	Promoción del programa de capacitación.							X	X																Directora y Delegada del
5	Inscripción de los aspirantes al programa de capacitación.								X	X															Ministerio de Turismo.
6	Taller de capacitación para Botones										X	X													Capacitador.
7	Taller de capacitación para Recepcionistas												X	X											Capacitador.
8	Taller de capacitación para Meseros y Capitán de Meseros														X	X									Capacitador.
9	Taller de capacitación para Camareros (as).														X	X									Capacitador.
10	Taller de capacitación para Cocineros.																X	X							Capacitador.
11	Evaluación a los empleados en el puesto de trabajo.																				X	X			Directora y Delegada del
12	Entrega del Informe de resultados.																							x	Ministerio de Turismo.

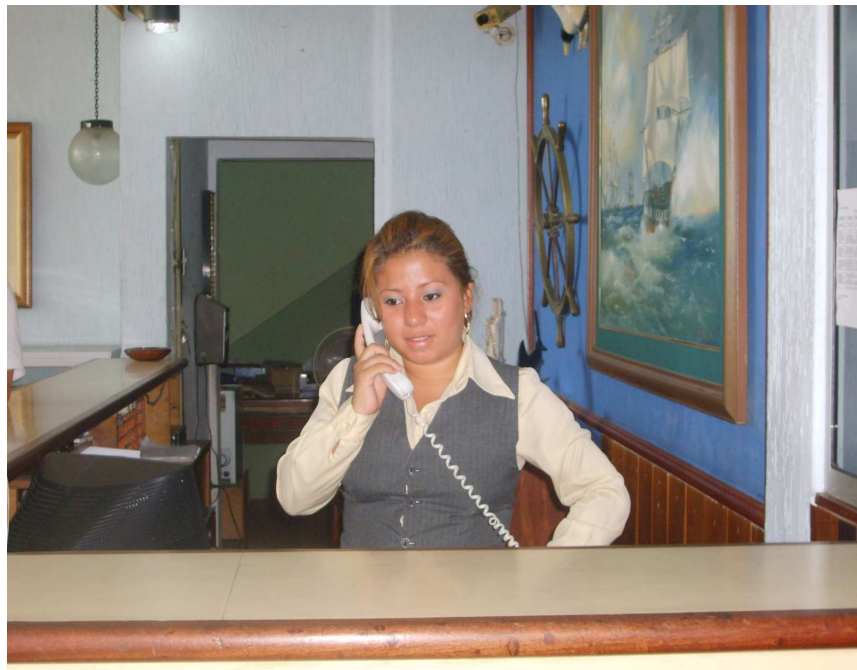
ANEXO # 6

FOTOGRAFÍAS DE LOS HOTELES EN ESTUDIO.

HOTEL LAS GAVIOTAS.



RECEPCIÓN



RECEPCIONISTA



MESERO



ENTREVISTA AL MESERO



CAMARERA



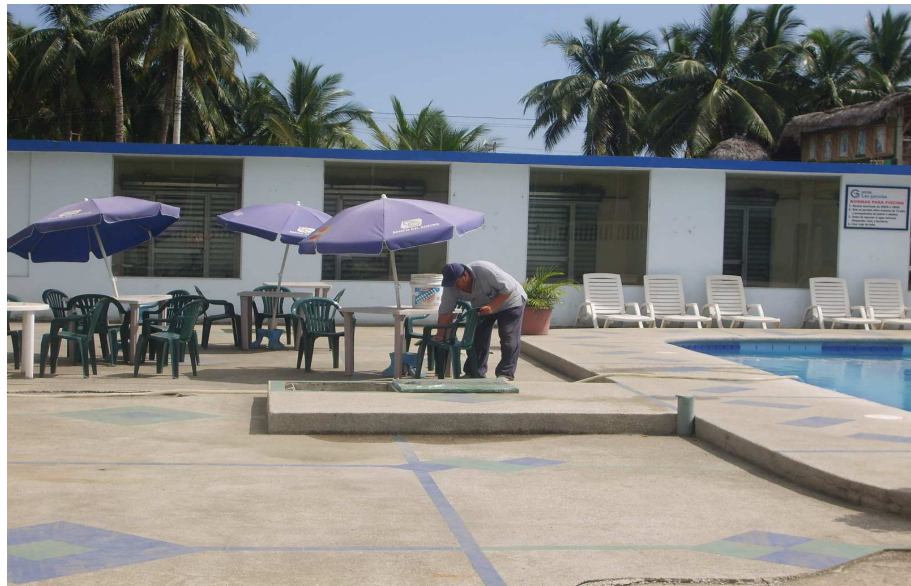
LAVANDERA



CAMARERA

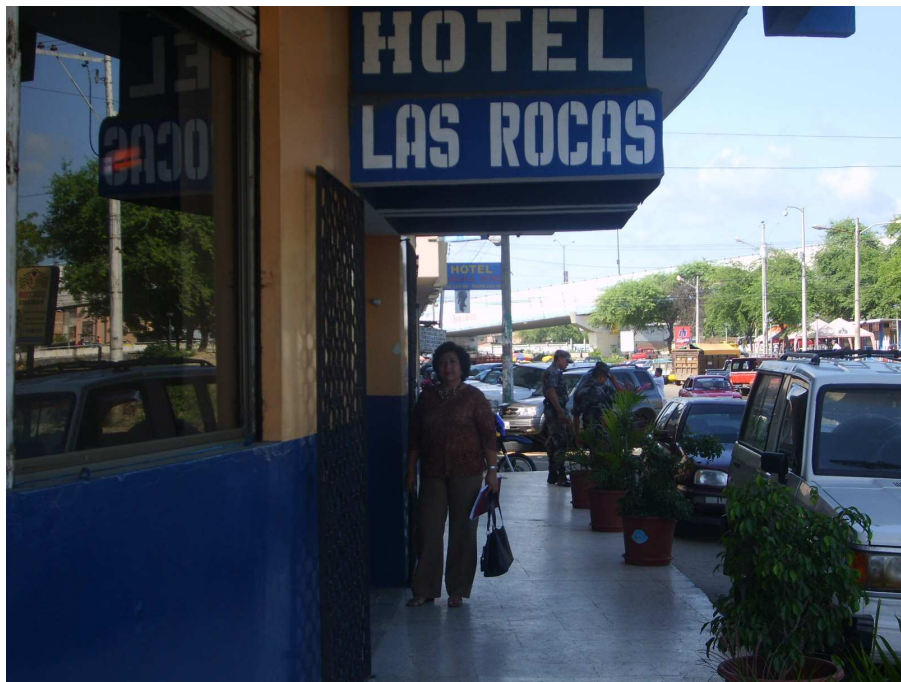


PERSONAL DE MANTENIMIENTO





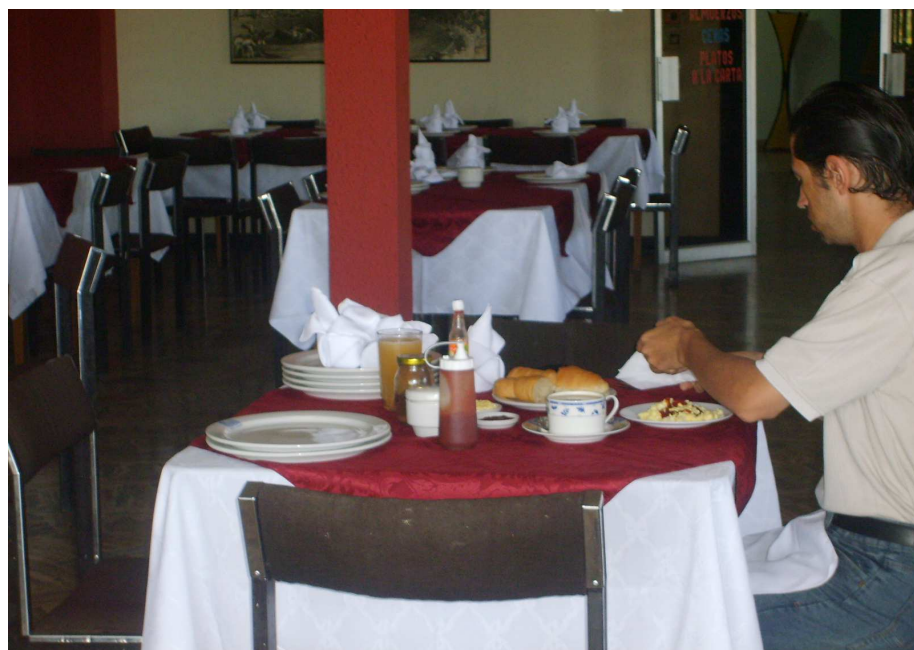
HOTEL LAS ROCAS.



RECEPCIÓN



HUÉSPED DESAYUNANDO



MESERO



AYUDANTE DE COCINA



CAMARERA



CAMARERAS



HOTEL CHÁVEZ INN.



HABITACIÓN



AYUDANTE DE COCINA



BOTONES

