

# Formación de servicios turísticos y hoteleros para las comunidades

Mauricio Arturo Becerra Ávila



Servicios



Colección  
Dossier Académico

Ediciones  
**Uleam**

# FORMACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS PARA LAS COMUNIDADES

MAURICIO ARTURO BECERRA ÁVILA



**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí**

Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta)

[www.uleam.edu.ec](http://www.uleam.edu.ec)

**Autoridades:**

Miguel Camino Solórzano, Rector

Iliana Fernández, Vicerrectora Académica

Doris Cevallos Zambrano, Vicerrectora Administrativa

Formación de servicios turísticos y hoteleros para las comunidades:

© Mauricio Arturo Becerra Ávila

**Consejo Editorial:** Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

**Director Editorial:** Fidel Chiriboga Mendoza

**Diseño de cubierta:** José Márquez

**Corrección de estilo:** Carlos Morales Paredes

**ISBN:** 978-9942-775-90-0

Edición: Primera. 2019

Editorial Universitaria

Ediciones Uleam

2 623 026 ext. 255

[www.depu.uleam.blogspot.com](http://www.depu.uleam.blogspot.com)

Manta - Manabí – Ecuador

## RESUMEN

El presente trabajo tuvo como propósito, determinar las necesidades de capacitación del personal que labora en las áreas específicas de barra de un bar, “barman”, y del comedor del restaurant, Salonero, a partir de un diagnóstico con la aplicación de herramientas como el cuestionario y la encuesta, apoyándonos en la revisión bibliográfica y la observación, dirigida a la forma en la que se imparten los servicios señalados en los negocios turísticos de Manta. Se demuestra la importancia de la calidad en la prestación de servicios en bares y restaurantes, tomando como premisa que el incremento en la calidad de los servicios prestados en la zona urbana de Manta, fortalecerá las acciones tomadas a escala local y regional, con ello se potenciará el turismo local. Cabe indicar que la disminución de este factor conlleva a un efecto “dominó”, en donde un cliente insatisfecho repercute aritméticamente en la insatisfacción de varios. En los bares y restaurantes de Manta se ha notado a través de experiencias personales y ajenas, que los barman y los saloneros de los establecimientos desconocen el que hacer ético de los prestadores de servicios y consideran que la función única de los barman es preparar cócteles y de los saloneros acarrear platos, dejando a un lado la calidad en el servicio, que es factor fundamental para formar clientes asiduos y obtener publicidad entre los usuarios o consumidores del servicio; inclusive el conocimiento en aspectos fundamentales de la gastronomía, enología y coctelería es elemental.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS .....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
CAPITULO I. IMPORTANCIA DEL TURISMO .....	10
1. Turismo y la política de estado .....	10
1.1. Antecedentes del turismo en Ecuador .....	10
1.2. Políticas de estado para el desarrollo de la actividad turística .....	11
1.3. El producto turístico ecuatoriano .....	15
1.4. Conservación de la Biodiversidad .....	16
1.5. La descentralización turística .....	19
1.5.1. Pilares de la Descentralización .....	19
1.6. Los planes de dinamización turística .....	20
1.7. Los Centros de Atención al Turista ITur .....	20
CAPITULO II. MUNICIPALIDAD Y TURISMO .....	22
2. Manta y el turismo .....	22
2.1. Antecedentes de la Cantonización .....	22
2.2. Antecedentes del turismo en Manta: .....	23
Calidad de la imagen de Manta: .....	24
Calidad de la Información promocional de Manta .....	25
Calidad en los Servicios turísticos de Manta .....	26
2.3. Metas necesarias que contribuirían a mejorar el turismo local .....	26
Creación de Oferta Complementaria .....	27
Conservación y Mejora del Patrimonio Histórico y Artístico .....	27
Conservación y Difusión de la Herencia Cultural .....	28
Agrupación de los Agentes Sociales en una misma dirección. ....	28
Cooperación Empresarial .....	28
2.4. Recursos y productos turísticos de la zona .....	28
Recursos Naturales Básicos .....	28
Recursos naturales específicos .....	29
Recursos culturales y patrimonio histórico artístico .....	29

2.5. Características de la demanda turística en Manta.....	29
2.6. Capacidad hotelera .....	30
2.7. Diagnóstico FODA.....	32
CAPÍTULO III. EDUCACIÓN Y TURISMO .....	35
3. Desarrollo de la educación técnica en turismo en el Cantón Manta .....	35
3.1. Capacitación.....	35
3.2. Antecedentes.....	35
3.3. Objetivos .....	36
3.4. Beneficios de la Capacitación.....	39
3.7. El diagnóstico .....	45
3.9. Conclusiones .....	53
CAPITULO IV. PROPUESTA DE EDUCACIÓN TURÍSTICA TÉCNICA POPULAR .....	57
4. Taller municipal para la formación de Bármanes y Camareros .....	57
4.1. Clasificación de la capacitación.....	60
4.2. Métodos de capacitación para empleados operativos.....	66
4.3. Mise en place .....	66
4.4. Montaje de mesa .....	67
4.5. Supervisión del mise en place.....	69
4.6. Servicio de comidas en comedor – restaurant.....	70
4.7. Estudio de factibilidad de la propuesta .....	73
4.8. Estudio del mercado.....	74
4.9. Conclusiones .....	79
CAPÍTULO V. MATERIALES Y MÉTODOS.....	80
5. Instrumento de investigación .....	80
5.1. Conclusión.....	81
CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA .....	82

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura de la demanda en la ciudad de Manta.....	74
Figura 2. Sala de capacitación.....	75
Figura 3. Bebidas y cócteles.....	76
Figura 4. Platos.....	77
Figura 5. Capacitaciones en el sector hotelero.....	78

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Porcentaje de turistas .....	30
Tabla 2. Proyección de visitantes a Manta .....	31
Tabla 3. Ingresos proyectados.....	31
Tabla 4. Diseño del curso .....	49

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consistió en la determinación de las necesidades de capacitación del personal que labora en las áreas específicas de barra de un bar, “barman”, y del comedor del restaurant, Salonero, a partir de un diagnóstico con la aplicación de herramientas como el cuestionario y la encuesta, apoyándonos en la revisión bibliográfica y la observación, dirigida a la forma en la que se imparten los servicios señalados en los negocios turísticos de Manta.

La investigación, fue diseñada mediante delimitación espacial, temporal y teóricamente. Espacialmente se llevó a cabo en los bares y restaurantes registrados en la cámara de turismo local y en la zona urbana del cantón Manta, ya que en esta zona se encuentra el mayor número de visitantes del gran turismo. Por lo que se refiere a la delimitación temporal, el estudio se realizó considerando todos los bares y restaurantes que estén operando a partir del año 2005; por último, la delimitación teórica, con el fin de precisar el contexto de capacitación de los barman y saloneros de nuestra ciudad, se utilizaron conceptos como: Promoción turística, capacitación, atractivos turísticos, calidad, entre otros; el trabajo se fundamentó en el método inductivo, ya que nace de la observación de hechos en particular, construyendo instrumentos de medición para llegar al rigor científico, basándonos en las matemáticas y estadísticas. Así mismo se empleó como método de trabajo el comparativo, el cual servirá como un medio de demostración, que busca certeza en las consecuencias deducidas, permitiendo de este modo, la operación analítica de los conocimientos adquiridos sobre la función de la capacitación en el desarrollo de restaurantes y bares.

Se demuestra la importancia de la calidad en la prestación de servicios en bares y restaurantes, tomando como premisa que el incremento en la calidad de los servicios prestados en la zona urbana de Manta, fortalecerá las acciones tomadas a escala local y regional, con ello se potenciará el turismo local. Cabe

indicar que la disminución de este factor conlleva a un efecto “dominó”, en donde un cliente insatisfecho repercute aritméticamente en la insatisfacción de varios.

En los bares y restaurantes de Manta se ha notado a través de experiencias personales y ajenas, que los barman y los saloneros de los establecimientos desconocen el que hacer ético de los prestadores de servicios y consideran que la función única de los barman es preparar cócteles y de los saloneros acarrear platos, dejando a un lado la calidad en el servicio, que es factor fundamental para formar clientes asiduos y obtener publicidad entre los usuarios o consumidores del servicio; Inclusive el conocimiento en aspectos fundamentales de la gastronomía, enología y coctelería es elemental.

Cabe indicar que en nuestro cantón han existido Institutos o Centros de capacitación que han trabajado en la educación de esta especialidad, sin embargo, no se han considerado las necesidades del segmento de la población que requiere formarse en este tópico.

Manta, primer cantón turístico del país, obtuvo una serie de beneficios y responsabilidades en el manejo del turismo, los cuales constituyen el beneficio económico que aporta la actividad turística, para su aprovechamiento en términos de promoción y desarrollo.

Cabe indicar que, en la localidad existen establecimientos que se han acogido a normas estandarizadas de servicio donde la calidad está implícita, pero un sector mayoritario de establecimientos locales necesita elevar la calidad de sus servicios y la atención al turista.

Considerando los puntos débiles a fortalecer, y sobre la determinación de esta propuesta, la misma estará dirigida a aquellos establecimientos mayoritarios de servicios turísticos, pero a la vez se busca contribuir con un gran sector de ciudadanos que no tienen acceso a una educación integral y completa, es decir las personas que buscan una educación a corto plazo.

# **CAPITULO I. IMPORTANCIA DEL TURISMO**

“La importancia del turismo radica en que es la única actividad productiva que tiene repercusión en todos los estratos sociales”

“Para los países, que no poseen desarrollo industrial de primer orden, el turismo podría ser una atractiva fuente de generación de ingresos y trabajo”

“El turismo es una actividad que propicia la paz”

“En la actividad turística, se gasta a cambio de satisfacción”

“El turismo puede transformar a una sociedad”

## **1. Turismo y la política de estado**

### **Concepto de turismo**

Es un fenómeno social que se genera a causa de los desplazamientos de personas de un lugar a otro, motivados por el trabajo, ocio, cultura, etc, que requieren servicios de transporte, alojamiento, alimentación y otros, contribuyendo a la activación del circulante económico.

### **OMT**

Ecuador es un lugar privilegiado, por sus características naturales, posición geográfica, y diversidad racial, cultural, estas son fortalezas del ámbito turístico.

#### **1.1. Antecedentes del turismo en Ecuador**

Las primeras informaciones en Ecuador, de términos relacionados con el turismo se remontan a la época de la conquista, cronistas de indias como: Bartolomé Ruiz, y Sisa de León, escribieron sobre la importancia que tuvieron los Guías

nativos para la conquista de las naciones aborígenes; por ejemplo, el Guía Felipillo, sirvió a ordenes de Gonzalo Pizarro en la conquista de Quito, Cajamarca el 25 de noviembre de 1532.

En 1947 aparece la primera agencia de viajes en el país, Metropolitan Touring, que la conformaron 3 socios, de los cuales su fragmentación propició el surgimiento de 2 agencias más, Ecuadorian tours en 1950 y Turismundial en el año 1956.

Entre los períodos de 1948-1952, se realiza la primera promoción oficial del Ecuador en el exterior, bajo la Presidencia de Don. Galo Plaza Lasso.

En 1969 comienzan las primeras operaciones turísticas a las Islas Galápagos, a través de Metropolitan Touring, convirtiéndose rápidamente en el principal atractivo turístico del Ecuador en el exterior.

En el año 2001, ex presidente Gustavo Noboa, tuvo el acierto de declarar al turismo como política de estado a través del Decreto 1424 del 10 de abril de 2001, en el Registro Oficial # 309 del 19 de abril del 2001, por estar convencido que esta actividad favorecería a nuestra sociedad.

## **1.2. Políticas de estado para el desarrollo de la actividad turística**

Art. 1.- Se declara como Política Prioritaria de Estado el Desarrollo del Turismo en el país; acción que se cumplirá mediante la ejecución de los postulados que se detallan en el presente decreto ejecutivo.

Art. 2.- El Gobierno Nacional mantendrá dentro de su estructura organizativa ministerial al Ministerio de Turismo, como entidad que promueva, facilite y norme la actividad turística a nivel nacional.

Art. 3.- A efectos del fomento y desarrollo turístico, son propósitos del Gobierno Nacional:

3.1. Convertir al sector del turismo, dentro de todos los planes y programas del Gobierno Nacional, en factor importante para la actividad de obra pública estatal y municipal, para que estas actividades coadyuven a favorecer la actividad turística.

3.2. Convenir al sector del turismo en el "ente visible" del Estado Ecuatoriano en el exterior y otorgarle la capacidad de liderar la imagen externa del país.

3.3. Facilitar a los diversos componentes del sector, el acceso a los recursos y mecanismos nacionales e internacionales de planeación, de capacitación y al apoyo técnico y financiero del exterior.

3.4. Apoyar la ejecución y seguimiento del Plan Nacional de Competitividad Turística, el mismo que deberá involucrar a todos los actores públicos y privados.

3.5. Establecer políticas de comportamiento y lineamientos de funcionamiento del sector estatal, que necesariamente formen parte del Plan de Competitividad y que involucren los siguientes aspectos mínimos:

- a) Coordinación interinstitucional;
- b) Descentralización;
- c) Ordenamiento del espacio geográfico;
- d) Financiamiento y crédito;
- e) Otorgamiento de incentivos.

3.6. Elevar el nivel de competitividad del sector, a través de los siguientes elementos básicos:

- a) Una política aérea moderna que busque acercarse al concepto de "cielos abiertos";

b) Una política agresiva de promoción externa e interna, que permita a los operadores nacionales una llegada efectiva a los mercados.

3.7. Priorizar y facilitar la participación local y la descentralización turística a través del concurso de municipios y otros organismos seccionales.

3.8. Establecer como primeros actores y beneficiarios del turismo a la ciudadanía en general, señalando de manera exclusiva a las comunidades más pequeñas y relegadas del Ecuador.

3.9. Priorizar líneas de crédito especiales para el sector turismo y otorgar su aval para proyectos oficiales declarados como "prioritarios", de acuerdo a las normas vigentes.

Art. 4. - Se declara al Ministerio de Turismo como el eje natural de referencia y coordinación sobre el que se apoye toda la gestión orientada a dar facilidades al turista nacional y extranjero en los siguientes aspectos:

- a) Inmigración y aduana;
- b) Saneamiento ambiental y basura;
- c) Carreteras y vías de acceso público;
- d) Parques nacionales;
- e) Transporte público, aéreo y terrestre; y,
- f) Seguridad física y jurídica.

Art. 5.- Se reconoce al Ministerio de Turismo como protector del patrimonio cultural y natural del Ecuador.

Art. 6.- A efectos de viabilizar estos propósitos, el Gobierno Nacional promoverá la expedición de las reformas legales necesarias, a fin de que se establezcan los

siguientes mecanismos idóneos para facilitar y atraer la inversión de largo plazo, la reconversión y modernización de la plana existente y la mejora de la competitividad:

a) Incentivos de carácter directo de tal forma que se evite la dispersión del esfuerzo fiscal y la demora de los trámites;

b) Incentivos homologados a los que existen en otros países andinos;

c) Simplificación de los trámites y procedimientos de inversión y tributación del sector de turismo.

Art. 7.- Todos los organismos estatales brindarán su máxima colaboración para que estas políticas de Estado relativas al turismo se cumplan en beneficio del país.

Art. 8. - La Oficina de Planificación de la Presidencia de la República, incluirá dentro de los planes de trabajo y acciones de los organismos estatales las presentes políticas, y se ocupará de que sean respetadas y cumplidas.

Dentro del alcance del decreto, se recalca la participación de las entidades regionales, con el ánimo de dotarlas de una herramienta legal que les permita manejar la proyección del turismo de acuerdo a sus características y necesidades, a través del “Art. 3.7: Priorizar y facilitar la participación local y la descentralización turística a través del concurso de municipios y otros organismos seccionales “.

### **1.3. El producto turístico ecuatoriano**

Ecuador es un país con potencial turístico, que posee diversidad de alternativas.

Turismo Cultural: Quito, Cuenca, Ruinas Arqueológicas, Culturas Vivas

Turismo de Negocios: Quito y Guayaquil, centros de negocios latinoamericanos y ciudades de frontera.

Turismo convencional: Por su exotismo, e historia.

Galápagos: Es necesario crear un vínculo con el continente.

Turismo de Naturaleza: Las cuatro regiones ofrecen una infinidad de oportunidades y experiencias.

Ecuador, posee:

- 1640 especies de aves, más que Europa y Norteamérica
- 4500 especies de mariposas
- 345 especies de reptiles, séptimo en el mundo
- 358 especies de anfibios, 15% del total en el mundo (tercero)
- 280 especies de mamíferos comparados con 234 de USA

Ubicado en una posición geográfica única, el país alberga territorios con infinidad de relieves y suelos. Sus cuatro regiones presentan islas, montañas, nevados, páramos, playas y selva. Cuenta con 22 provincias diversas.

Ecuador cuenta con una vasta historia que se remonta a miles de años antes de la era cristiana. Pueblos y sociedades se han ido formando a través de guerras y conquistas. Los últimos acontecimientos bélicos se dieron a finales del siglo XX.

Por su parte, las 13 nacionalidades indígenas son:

Kichwa, Awá

Chachi, Epera

Tsa'chila, A'i Cofán

Secoya, Siona

Waorani, Shiwar

Zápara, Achuar

Shuar.

#### **1.4. Conservación de la Biodiversidad**

Ecuador cuenta con iniciativas de conservación, in situ y ex situ.

In situ: enfoque primordial, preservación de áreas naturales que contienen una representación considerable de la biodiversidad.

- Ex situ: mantenimiento de la diversidad biológica fuera de sus hábitats naturales.
- Sistema Nacional de Áreas Protegidas
- Superficie total del SNAP: 18.853.104
- Superficie terrestre: 4.743.104
- Superficie marina: 14.110.000

#### **Problemas del SNAP**

- 71% de las tierras SNAP, 29 % particulares
- Limitada gestión técnica y administrativa
- Baja sustentabilidad económica
- Incremento de las presiones socioeconómicas sobre los recursos
- Reducida participación de los actores sociales en el manejo de las áreas protegidas
- Destrucción ecosistemas aptitud agrícola
- Frontera agrícola/ganadera/colonización y de extracción de recursos

- Pesca con redes cerca del litoral
- Pesca artesanal, captura eventual de mamíferos
- Contaminación
- Explotación petrolera

### **Reserva ecológica**

Es un área de por lo menos 10.000 hectáreas:

- Uno o más ecosistemas, con especies de flora y fauna silvestres importantes, amenazadas de extinción; por lo cual se prohíbe cualquier tipo de explotación u ocupación.
- Formaciones geológicas singulares en áreas naturales o parcialmente alteradas.

### **Reserva Biológica**

Es un área de extensión variable, que se halla en cualquiera de los ámbitos, terrestres o acuáticos, destinada a la preservación de la vida silvestre.

- Reserva Biológica de Limoncocha
- Reserva Biológica Marina de Galápagos

### **Reserva Faunística**

Es un área natural o parcialmente alterada establecida para el manejo sustentable de la fauna silvestre, principalmente para comunidades indígenas existentes en la zona.

- Reserva Faunística Chimborazo
- Reserva Faunística Cuyabeno

### **Área Nacional de Recreación**

Superficie de 1000 hectáreas o más en la que existen fundamentalmente bellezas escénicas, recursos turísticos o de recreación en ambiente natural, fácilmente accesible desde centros poblados.

- Área Nacional de Recreación El Boliche

Refugio de vida silvestre

Es un área indispensable para garantizar la existencia de la vida silvestre, residente o migratoria, con fines científicos, educativos o recreativos.

Refugio de vida silvestre de Pasochoa

Refugio de vida silvestre Isla Corazón

Refugio de vida silvestre Isla Santa Clara

### **El Decálogo turístico de Ecuador**

- Cuatro mundos muy diferentes:
- Los Andes y sus volcanes
- La Amazonía, de las cimas andinas a las sabanas
- Las islas Galápagos, naturaleza en estado puro
- Las playas verdes de la costa

Con grandes áreas protegidas (18% del país)

- El parque nacional Sangay, también patrimonio natural de la humanidad
- Los parques nacionales Sumaco, Yasuní y Galápagos, declarados reserva de la biosfera por la Unesco

Ecuador alberga la mayor cantidad de animales y plantas por kilómetro cuadrado del mundo y presenta las siguientes características en términos de biodiversidad.

2º País del mundo en diversidad de vertebrados endémicos

3º En diversidad de anfibios.

4º En aves y pájaros.

5º En mariposas papilionidas.

10% de las especies de plantas del mundo.

10,7% de los animales vertebrados.

35% de todas las especies de colibrís.

0,19% de la superficie terrestre.

En conclusión, el país posee un producto turístico diverso y amplio.

## **1.5. La descentralización turística**

El turismo es un sector estratégico de la economía, la descentralización del turismo no es más que la transferencia de responsabilidades y deberes a los gobiernos provinciales y cantonales del estado ecuatoriano, previo al cumplimiento de requisitos mínimos para que contribuyan a la activación del desarrollo turístico y su control.

La primera experiencia fue aplicada en el Cantón Manta, por decreto del ex presidente de la República Jamil Mahuad. El 23 diciembre de 1998, el presidente Jamil Mahuad mediante Decreto Ejecutivo N. 412 al considerar que el funcionamiento del sector turístico está encargado del Ministerio de Turismo y la Corporación Ecuatoriana de Turismo y que es necesario optimizar su gestión, fusiona en una sola entidad el Ministerio de Turismo y la Corporación Ecuatoriana de Turismo, bajo la denominación de Ministerio de Turismo. Los funcionarios, empleados y trabajadores de la Corporación Ecuatoriana de Turismo pasan desde esa fecha a prestar sus servicios en el Ministerio de Turismo.

Hay que recordar que de los servicios que utiliza el turista, solo el 45% está en manos del propio sector, el restante (55%) es provisto por otros. Allí aparecen los municipios como prestadores de servicios básicos, responsables de la acogida amable al turista, con capacidad de legislar en su territorio y ordenarlo.

Por esas razones, el Modelo de descentralización de turismo en una primera fase trasladó las competencias de turismo a los Municipios. Hasta el momento son 63 los Municipios que han recibido las competencias.

### **1.5.1. Pilares de la Descentralización**

La descentralización es irreversible, no obstante, las siguientes funciones se mantienen en el Ministerio de Turismo:

- ✓ Establece políticas nacionales y regulación general

- ✓ Planifica el sector a nivel nacional
- ✓ Elabora Normas y Reglamentos que deben ser observados por todos los prestadores de servicios
- ✓ Ejerce control general de la competencia de Turismo (registros, estadísticas)
- ✓ Realiza la promoción internacional del país

Funciones que se mantienen en el Ministerio de Turismo:

- ✓ Transfiere a Gobiernos Seccionales (Municipios y Consejos Provinciales) las funciones que en forma racional deben ser asumidas en cada nivel
- ✓ Apoya proyectos de turismo sostenible, en especial con grupos indígenas, campesinos y afro ecuatorianos.
- ✓ Acompaña y evalúa el proceso

### **1.6. Los planes de dinamización turística**

Acciones de bajo costo y gran impacto, que los actores locales pueden ejecutar en el corto plazo.

Son claves para la operación de los productos y van en la línea de los Planes Estratégicos de Turismo, además, se relacionan con la cooperación público-privada.

### **1.7. Los Centros de Atención al Turista ITur**

- Red Nacional de Información Turística Integrada, con imagen y marca única.
- Módulo de Catastros Turísticos.
- Módulo de Inventarios.
- Módulo de Servicios (migración, seguridad, defensa al consumidor).
- Página web.
- Atención 24 horas.
- En fase de implantación.
- Diseño del componente para consejos provinciales.

- ✓ Planificación Estratégica en el ámbito provincial, en coordinación con municipios.
- ✓ Coordinación con municipios y actores del nivel provincial para formar 'Comité de Competitividad', al interior del Comité de Desarrollo Provincial.
- ✓ Participación en la cadena de valor del turismo a partir de sus fortalezas - conectividad.
- ✓ Identificación y desarrollo de productos turísticos, en espacios provinciales o de mancomunidades.
- ✓ Desarrollo turístico en parques nacionales en coordinación con Municipios y Ministerio del Ambiente.

La descentralización en Turismo es un proceso en construcción. Además, es una herramienta para lograr la competitividad turística del Ecuador y puede ser la más eficiente herramienta para enfrentar la pobreza.

## **CAPITULO II. MUNICIPALIDAD Y TURISMO**

### **2. Manta y el turismo**

Manta es un cantón de la provincia de Manabí, situado al este de la región, bordeando el Océano Pacífico, razón por la cual su principal actividad económica es la pesca, industria y turismo.

#### **2.1. Antecedentes de la Cantonización**

Manta formó parte como parroquia, del Corregimiento de Guayaquil, hasta fines del siglo XVIII y desde esa fecha hasta el 4 de noviembre de 1922 a la jurisdicción del cantón Montecristi, pero la idea de cantonización comenzaba ya a principios de siglo XX a latir en las mentes de la gente del puerto.

El 18 de julio de 1912 se formó el primer comité pro cantonización de Manta, presidido por Don Ascario Paz. Turísticamente, Manta es el principal centro de atracción de la provincia de Manabí, las causas, su planta turística y hotelera, sus playas, y la ciudad de mayor desarrollo de la región, como principal centro económico y financiero.

Posee tres macro proyectos que la ubican dentro de las ciudades de mayor desarrollo en relación a su dimensión, vía Manta-Manaus, aeropuerto intercontinental, ferrocarril de la ruta costera, dos de ellos se encuentran en pleno desarrollo.

Durante el feriado del carnaval 2007 (es un buen termómetro) llegaron 2500 turistas que se hospedaron en los hoteles (promedio de gasto \$ 400 por persona, \$ 1.000.000 ), 4000 visitantes que acudieron a casa de familiares y alojamientos diversos (promedio de gasto \$150 por persona: \$6000000 ), 20000 excursionistas que llegaron del interior de la provincia ( promedio de gasto \$ 9,

por persona \$ 1.800.000) y dejaron alrededor de \$ 7.180.000 por día, distribuido entre los beneficiarios directos e indirectos del turismo local.

Con esta información, se puede afirmar que el turismo es un renglón importante de la ciudad, la actividad de mayor crecimiento que se ha registrado en los últimos 4 años es la hotelera, determinando a los siguientes elementos como propulsores del desarrollo turístico local:

La empresa privada

El Municipio

Y la Facultad de turismo y hotelería.

Estos elementos desde sus aristas han contribuido para la actual posición turística de Manta.

## **2.2. Antecedentes del turismo en Manta:**

Manta, registra antecedentes desde 1890 con el Hotel “Dos mundos”. En la actualidad, Manta es un destino y centro de distribución turística para la región, contando incluso con atractivos propios e integrándose a un gran corredor turístico paisajístico como es la “Ruta del Sol”.

La ciudad de Manta, fue la primera, en convertirse oficialmente en turística en el País, al ser declarada Primer Municipio turístico del Ecuador el 4 de noviembre de 1999, por resolución del ex presidente de la Republica Dr. Jamil Mahuad.

Cuenta con un consejo Cantonal turístico, integrado por representantes de instituciones vinculadas al turismo.

En comparación con el resto de cantones de la provincia manabita, Manta es la ciudad mejor implementada desde el punto de vista turístico.

Por la importancia de la actividad turística en esta ciudad, se creó un capítulo autónomo de la Cámara de turismo. Cuenta con una Facultad de Turismo, la tercera más antigua del país, donde se forman los profesionales desde 1979. Manta es la única ciudad que tiene un proyecto de interés estratégico para el país, vía Manta-Manaos. Posee un aeropuerto con proyección al primer orden y turístico. Registra la tasa más alta de crecimiento poblacional y económico de Manabí.

### **2.2.1. Determinación de las fortalezas y debilidades del producto turístico local**

#### **Calidad de la imagen de Manta:**

- No cuenta con una imagen de marca definida que la identifique como ciudad turística, pero existe el uso de la imagen de la silla manteña.
- Manta se muestra como una ciudad que apunta al turismo como fuente importante de generación de recursos económicos, siendo el Primer Municipio Turístico del Ecuador.
- Falta de cultura turística ciudadana y especialmente de los comerciantes y dueños de hoteles y restaurantes, perjudicando la imagen de la ciudad debido a la exagerada elevación de los precios, sin mejorar la calidad de los servicios que se prestan, convirtiéndola en una de las ciudades más caras del país.
- El sector turístico debe mejorar sus niveles de calidad para enfrentar el incremento acelerado de turistas que visitan la ciudad.

- No existe un nicho de mercado específico para la mayoría de los atractivos turísticos de Manta y sus alrededores.
- Los atractivos turísticos mostrados muchas veces no están acorde a la realidad, lo que provoca una decepción de los turistas que visitan la ciudad.

### **Calidad de la Información promocional de Manta**

Para que la información sea de calidad debe cumplir estos tres principios: exactitud, oportunidad y relevancia.

Bajo esta premisa se pueden emitir los siguientes criterios:

- El Municipio posee canales de información dirigidos a la ciudadanía, que podrían servir para difundir capacitaciones referentes a la hospitalidad con los turistas.
- La información mostrada en la folletería de las empresas turísticas no posee direcciones o mapas en su mayoría.
- Existen pocos sitios de información turística donde se puede tener acceso a información general de la ciudad y sus alrededores.
- No existe una señalización adecuada que ayude a la orientación de los visitantes.
- En cuanto a los guías turísticos existentes son demasiado esquemáticos, puesto que conocen de memoria un recorrido, pero no están preparados

para responder inquietudes que están fuera de su contenido, sin embargo, son propias de cada turista.

### **Calidad en los Servicios turísticos de Manta**

- Existe el deseo de ayuda al turista, aunque debido a las limitaciones de conocimientos no se lo hace adecuadamente.
- Manta cuenta con una adecuada planta hotelera que responde a las exigencias de los turistas. De igual forma el servicio de restaurantes, bares, discotecas, pubs, cafeterías y otros es satisfactoria.
- Existen instituciones de servicios públicos y privados que contribuyen al desarrollo turístico de la ciudad, tales como bancos, oficinas de información turística, telecomunicaciones, correos nacionales y paralelo, que brinda un servicio aceptable.
- La ciudad cuenta con infraestructura básica.
- Las carreteras de acceso a la ciudad y a los distintos sitios turísticos están en buen estado.

### **2.3. Metas necesarias que contribuirían a mejorar el turismo local**

#### **Efecto demostración**

- Gente capacitada para dar una adecuada calidad de servicios.
- Capacitaciones continuas al sector turístico por parte de los entes competentes.

- Unificación del sector turístico para promocionar a Manta y sus alrededores como destino.
- Definir el perfil del turista que deseamos captar, para poder establecer una imagen de marca acorde a sus necesidades.
- Ser coherente con la información difundida que se da con respecto a los atractivos turísticos.
- Establecer puntos de información turísticos en sitios estratégicos de la ciudad.
- Información estandarizada sobre los recursos turísticos con que contamos.

### **Creación de Oferta Complementaria**

- Establecer paquetes turísticos que incluyan:
  - Turismo de observación de fauna y flora
  - Agroturismo
  - Turismo Cultural y deportivo

### **Conservación y Mejora del Patrimonio Histórico y Artístico**

- Establecer y hacer conocer cuáles son los patrimonios históricos de Manta.
- Rehabilitar, modificar y/o acondicionar las edificaciones y monumentos conservando su historia.

- Ubicar placas de información en lugares adecuados en las edificaciones y monumentos.

### **Conservación y Difusión de la Herencia Cultural**

- Diseñar programas de rescate y concientización que tengan como objetivo rescatar nuestra identidad como mantenses.
- Difundir cuando se concluya (está en proceso de elaboración) la historia de nuestra ciudad que se encuentra en manos del Municipio y personas especializadas a sectores educativos, turísticos.

### **Agrupación de los Agentes Sociales en una misma dirección.**

- Establecer compromisos y cursos de acción entre personas vinculadas a este sector.
- Formulación de planes de acción alcanzables y manejables.

### **Cooperación Empresarial**

- Realizar convenios de cooperación entre la empresa privada y los sectores turísticos y educativos para fortalecer la imagen de la ciudad y sus alrededores.

## **2.4. Recursos y productos turísticos de la zona**

### **Recursos Naturales Básicos**

**Playas:** Por sus características y gran extensión las playas de Manta tienen un gran atractivo y potencial turístico, destacándose entre ellas El Murciélago, Tarqui, Piedra Larga, Barbasquillo, San Mateo, como playas urbanas y San

Lorenzo, Santa Marianita, Liguique. El abra, la Tiñosa y Santa Rosa como rurales.

**Clima:** Manta posee un clima agradable los 12 meses del año, con una temperatura promedio de 25°C.

**Paisaje:** Variedad de paisajes, que van desde el típico marino hasta el bosque húmedo tropical y bosque seco.

### **Recursos naturales específicos**

- Bosque Protector de Pacoche
- Cascada de El Salto

### **Recursos culturales y patrimonio histórico artístico**

La Cultura es la base fundamental sobre la cual se ha sustentado el adelanto, la evolución y el refinamiento intelectual, dando a los pueblos amor, razón y seriedad a fin de equilibrar el progreso material, abrazando de esta manera todas las actividades posibles que conduzcan al perfeccionamiento de la sociedad en general. Manta no se detiene en su desarrollo, su acelerado crecimiento también ha traído consigo el modernismo. Pero, tras de esta hermosa ciudad, se esconde un emporio Cultural.

## **2.5. Características de la demanda turística en Manta**

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes de Manta. Esta actividad no solo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de los otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de los habitantes y una

manutención de nuestros atractivos naturales y su conservación en el medio ambiente.

La diversidad de atractivos naturales, culturales que posee Manta tanto en la zona urbana como rural han permitido que la demanda de turistas aumente año a año.

**Tabla 1.** Porcentaje de turistas

<b>Años</b>	<b>Número de turistas</b>	<b>Porcentaje en relación al total de turistas</b>
1996	34487	5,20
1997	30488	4,59
1998	26966	4,06
1999	36299	5,47
2000	123365	18,59
2001	186519	28,11
2002	225472	33,98
<b>Total</b>	<b>537146</b>	<b>100</b>

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

## **2.6. Capacidad hotelera**

2500 plazas por día x 365 días: 912.500 habitaciones por año, apenas se ha utilizado el 35% de la capacidad hotelera anual.

**Tabla 2.** Proyección de visitantes a Manta

<b>Años</b>	<b>Número de turistas</b>	<b>Porcentaje en relación al total de turistas</b>
2003	272550	18,39
2004	329459	22,24
2005	398250	26,88
2006	481405	32,49
<b>Total</b>	1481664	100

Fuente: Ilustre Municipio de San Pablo de Manta

De acuerdo a estas proyecciones hubo un incremento estimado de turistas del 21% entre los años 2003-2006.

De acuerdo a las comprobaciones de los egresados, el crecimiento del turismo desde el 2003 en adelante se estima en un crecimiento del 20% en el período, con una presencia de turistas en el 2006 de 324.047, que representan apenas el 35% de nuestra capacidad anual hotelera.

Ingresos proyectados, considerando un promedio de gasto en el turista de US\$35 para el 2003; en el 2004 US\$40; US\$45 para el 2005 y US\$50 para el 2006.

**Tabla 3.** Ingresos proyectados

<b>Años</b>	<b>Ingresos proyectados</b>	<b>Porcentaje proyectado</b>
2003	9539550	14,74
2004	13178360	20,37
2005	17921250	27,69
2006	24070250	37,20
<b>Total</b>	64709410	100

Fuente: Ilustre Municipio de San Pablo de Manta

La proyección del crecimiento de la demanda de servicios turísticos asciende de entre un 20% a un 21% de año a año, que genera ingresos considerados importantes para nuestro medio, si tomamos el año 2006 en donde encontramos ingresos por US\$24'070.250 anuales y US\$2'005.854,16 mensuales, que es una cantidad considerable que van a recibir todos los sectores relacionados con la industria turística.

Hemos sido muy cautelosos en considerar este porcentaje de crecimiento dado a que pueden surgir posibles inestabilidades políticas y económicas que podrían afectar el área turística.

## 2.7. Diagnóstico FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riqueza de Recursos Naturales y Manifestaciones Culturales de Manta.</li> <li>• Vías de acceso favorables y contar con un Puerto Marítimo y Aeropuerto Internacional.</li> <li>• Designación del Municipio de Manta como el Primer Municipio Turístico en el 1999, lo que trasladó el poder de gestión del Ministerio de Turismo al Municipio de Manta.</li> <li>• Apertura de la población al Turismo.</li> <li>• Planta turística hotelera en crecimiento.</li> <li>• Profesionales de las Inteligencia formal capacitado para proyectos que</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento del Turismo a nivel mundial.</li> <li>• Nuevas tendencias mundiales de turismo de Naturaleza, de Cultura, Rural y el Turismo combinado negocios-placer.</li> <li>• Expedición del Decreto 1424, en abril del 2001, que establece las políticas de estado para el desarrollo de la actividad turística y declara como Política Prioritaria de Estado el Desarrollo del Turismo en el Ecuador.</li> <li>• Existencia del Puesta del Plan Nacional de Competitividad Turística del Ministerio de Turismo de Ecuador y el Programa de las Naciones Unidas para</li> </ul>

<p>beneficien a la comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de las autoridades a nuevos proyectos de inversión.</li> <li>• Es suficiente planta de Agencias de Viajes y Operadores Turísticos.</li> <li>• Condiciones favorables para la práctica de deportes náuticos, especialmente de Vela.</li> <li>• Existencia de varios eventos deportivos internacionales.</li> <li>• Aeropuerto y puerto.</li> </ul>	<p>el desarrollo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias turísticas a nivel nacional e internacional para la promoción de Manta.</li> <li>• Proyecto vía Manta-Manaos, puerto de transferencia.</li> <li>• Plan de Tour 2020.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<p><b>AMENAZAS</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de gestión del Municipio para captar parte del Fondo de Promoción Turística para el Ecuador.</li> <li>• Falta de señalización e información para el turista.</li> <li>• Inexistencia de un Plan de Reordenamiento urbano.</li> <li>• Crecimiento acelerado de la ciudad con déficit de infraestructura básica.</li> <li>• Contaminación industrial y urbana, e inseguridad.</li> <li>• Inexistencia o poca difusión de datos actualizados en medios de comunicación nacionales o internacionales.</li> <li>• Falta de puesta en práctica del Plan Estratégico para la ciudad de Manta.</li> <li>• Departamento turístico no está</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recesión Nacional y Mundial.</li> <li>• Análisis Riesgo País.</li> <li>• Conflictos internacionales e inseguridad nacional.</li> <li>• Guerrilla Colombiana y Terrorismo internacional</li> <li>• Inestabilidad política</li> <li>• Captación de turistas por parte de otros destinos nacionales.</li> <li>• Flujo de Turismo poco productivo.</li> <li>• Imagen deteriorada del cantón por contaminación e inseguridad.</li> <li>• Imagen negativa de la ciudad por conflictos de tipo ambiental en el sector pesquero.</li> <li>• Competencia de destinos similares en países vecinos, con precios más</li> </ul>

<p>cumpliendo con sus funciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento del ciudadano común de los atractivos de la ciudad y de su historia.</li> <li>• Falta de definición de una imagen de identificación turística.</li> <li>• Falta de interrelación y conectividad de los recursos turísticos de los alrededores de Manta.</li> <li>• Tarifas de servicios básicos de electricidad es la más cara del país.</li> <li>• Falta de unión del sector turístico.</li> <li>• Deficiente regulación de tarifas y precios en la Industria.</li> <li>• Falta de categorización de los servicios turísticos con estándares internacionales.</li> </ul>	<p>económicos.</p>
---	--------------------

Se deben transformar los recursos de Manta, en productos turísticos que puedan ser comercializados y consolidados y así aprovechar las oportunidades de crecimiento en el sector nacional e internacional. Corregir las debilidades organizativas identificadas para aprovechar las nuevas Políticas de Incentivo al Turismo como la Ley urbana, y solucionar el problema de la contaminación. Se debe lograr un desarrollo en conjunto con todos los actores.

## **CAPÍTULO III. EDUCACIÓN Y TURISMO**

### **3. Desarrollo de la educación técnica en turismo en el Cantón Manta**

#### **3.1. Capacitación**

Pese a que el aprendizaje es un proceso intrínseco al hombre y la base del proceso de la civilización, no es hasta el inicio de la revolución industrial, que el fenómeno de la capacitación para el trabajo tiene un desarrollo acelerado; puesto que ha sido producto del impacto del avance tecnológico que genera la necesidad de producir mano de obra especializada y dirigentes empresariales de primera.

Basta mencionar que los conocimientos adquiridos por el hombre en miles de años se duplicaron en ciento cincuenta años (1750 - 1900) y nuevamente se duplicaron en los siguientes cincuenta años, situación repetida en proporción geométrica, de manera tal a la fecha, la magnitud del conocimiento parece no tener límite.

En el pasado, los integrantes de las civilizaciones transmitían sus conocimientos en forma directa. Una persona experimentada proporcionaba la información necesaria para desarrollar algún oficio, a un novato que, después de un largo período, podía hacerse cargo de un puesto de trabajo.

#### **3.2. Antecedentes**

Para determinar de qué manera se desarrollaron los primeros tipos de entrenamiento, basta detenernos en una etapa de la historia y precisar cómo trabajaban las personas en tiempos remotos, esto lo podemos observar en los monumentos arquitectónicos que aún existen, tales como las pirámides de Egipto, las de Teotihuacan o las ruinas del Perú, Inca pirca en Ecuador, entre otros. Estos monumentos nos permiten inferir que para su construcción se tuvo que haber movilizado a un gran contingente de personas con diferentes oficios,

pues en las obras se incluyen trabajos de albañilería, carpintería, pintura, escultura y arquitectura.

### **3.3. Objetivos**

- Productividad:

Las actividades de capacitación de desarrollo no sólo deberían aplicarse a los empleados nuevos sino también a los trabajadores con experiencia. La instrucción puede ayudarle a los empleados a incrementar su rendimiento y desempeño en sus asignaciones laborales actuales.

- Calidad:

Los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados también contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos y cuando tienen los conocimientos y habilidades laborales necesarios son menos propensas a cometer errores costosos en el trabajo.

- Planeación de los Recursos Humanos

La capacitación y desarrollo del empleado puede ayudar a la compañía y a sus necesidades futuras de personal.

- Prestaciones indirectas

Muchos trabajadores, especialmente los gerentes consideran que las oportunidades educativas son parte del paquete total de remuneraciones del empleado. Esperan que la compañía pague los programas que aumenten los conocimientos y habilidades necesarias.

- Salud y Seguridad

La salud mental y la seguridad física de un empleado suelen estar directamente relacionados con los esfuerzos de capacitación y desarrollo de una organización. La capacitación adecuada puede ayudar a prevenir accidentes industriales, mientras que un ambiente laboral seguro puede conducir a actividades más estables por parte del empleado.

- Prevención de la Obsolescencia

Los esfuerzos continuos de capacitación del empleado son necesarios para mantener actualizados a los trabajadores de los avances actuales en sus campos laborales respectivos. La Obsolescencia del empleado puede definirse como la discrepancia existente entre la destreza de un trabajador y la exigencia de su trabajo. La obsolescencia puede controlarse mediante una atención constante al pronóstico de las necesidades, recursos humanos, el control de cambios tecnológicos y la adaptación de los individuos a las oportunidades, así como los peligros del cambio tecnológico.

- Desarrollo Personal

No todos de los beneficios de capacitación se reflejan en esta misma. En el ámbito personal, los empleados también se benefician de los programas de desarrollo administrativo, lo cual le otorga a los participantes una gama más amplia de conocimientos, una mayor sensación de competencia y un sentido de conciencia, un repertorio más grande de habilidades y otras consideraciones, son indicativas del mayor desarrollo personal.

También se intenta incrementar significativamente en forma cuantitativa y cualitativa a la capacitación, de conformidad con las estrategias siguientes:

- Vincular de manera sistemática la planta productiva y la comunidad educativa. La oferta de servicios de formación técnica y de capacitación

para el trabajo será adecuada cuando atienda las necesidades de la planta productiva en materia de recursos humanos, sin descuidar la formación integral de las personas.

- Para asegurar lo anterior, las autoridades educativas y laborales promoverán, con la participación del sector productivo, el establecimiento de normas de competencia laboral cuya estructura responderá a las condiciones actuales y previsibles del mundo de trabajo.
- Se busca establecer nuevas formas de certificación aplicables a las competencias laborales adquiridas empíricamente.
- De este modo, se buscará abrir una vía para la capacitación continua de los recursos humanos productivos, con la consiguiente mejora en niveles de productividad, competitividad y bienestar personal.
- Se pretende también flexibilizar y adecuar los programas de formación para el trabajo, de tal manera que sea posible la alternancia de estudio y trabajo a lo largo de la vida.

De esta manera, se facilitará el establecimiento de equivalencias entre Instituciones, la incorporación de trabajadores en activo a la formación escolarizada, y la adecuación precisa de la oferta de formación para el trabajo a necesidades específicas.

Naturalmente, los cambios cualitativos señalados deberán acompañarse de un aumento significativo en la infraestructura para la capacitación. Al efecto, se continuarán incrementando los planteles públicos, al tiempo que se promoverá la inversión privada en instituciones para la capacitación laboral. Finalmente, se continuarán ampliando los programas que a través de becas y otros apoyos promuevan este proceso. Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

Un factor importante para el éxito de los programas de capacitación y adiestramiento, es que estos sean una de las tareas fundamentales de la empresa, particularmente impulsada por la dirección, cuyos integrantes deben

estar dispuestos a participar como receptores y proveedores de la misma, es decir, actuando como capacitadores internos.

Según el Ingeniero González Samano del Instituto Tecnológico Autónomo de México - ITAM se plantean algunas respuestas a la pregunta: ¿Por qué el personal de la empresa no hace lo que se supone debe hacer?

- a) No conocen lo que se espera de ellos.
- b) No sabe cómo hacerlo.
- c) No saben porque deben hacerlo.
- d) Existen obstáculos fuera de su control.
- e) Creen que eso no funcionará.
- f) Consideran que su método es mejor.
- g) No tienen suficiente información.
- h) Tienen capacidad limitada.
- i) Ellos creen que sí lo están haciendo.
- j) Deficiente supervisión.

#### **3.4. Beneficios de la Capacitación**

- Mejora del conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Es un proceso auxiliar para la conversión y adopción de políticas.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.

- Incrementa la productividad y la calidad del trabajo.
- Elimina los costos de recurrir a consultas externas.
- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Forja líderes.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.
- Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
- Ayuda a la orientación de nuevos empleados.
- Hace viable las políticas de la organización.

### **Métodos de capacitación para empleados operativos**

- Capacitación de aprendices. Combina la instrucción en aulas con la capacitación en el trabajo.
- Capacitación en el puesto. Es un enfoque informal en la capacitación que permite que un empleado aprenda las tareas en su puesto al desarrollarlas realmente.
- Simuladores. Son dispositivos de capacitación de diversos grados de complejidad que modelan el mundo real.
- Capacitación vestibular. Tiene lugar fuera de área de producción con equipos que se parecen a los reales. Se busca habilidades y/o destrezas.

### **Programas de capacitación**

Para generar un programa de capacitación se lleva a cabo las siguientes fases

Fase 1:

Detectar Necesidades de Capacitación (DNC)

Los gerentes y empleados de R.H. deben permanecer alerta a los tipos de capacitación que se requieren, cuándo se necesitan, quién los precisa y qué

métodos son mejores para dar a los empleados el conocimiento, habilidades y capacidades necesarios. La evaluación de necesidades comienza con un análisis de la organización. Los gerentes deben establecer un contexto para la capacitación decidiendo dónde es más necesaria, cómo se relaciona con las metas estratégicas y cuál es la mejor manera de utilizar los recursos organizacionales. El análisis de tareas se utiliza para identificar los conocimientos, habilidades y capacidades que se requieren. El análisis de personas se emplea para identificar quiénes necesitan capacitación.

Fase 2:

Diseño del programa de capacitación

Los expertos creen que el diseño de capacitación debe enfocarse al menos en 4 cuestiones relacionadas:

- Objetivos de capacitación
- Deseo y motivación de la persona
- Principios de aprendizaje
- Características de los instructivos

Los principios de aprendizaje (llamados también principios pedagógicos) constituyen las guías de los procesos por los que las personas aprenden de manera más efectiva.

Mientras más se utilicen estos principios en el aprendizaje, más probabilidades habrá de que la capacitación resulte efectiva. Estos principios son los de participación, repetición, relevancia, transferencia, retroalimentación.

## □ Participación

El aprendizaje suele ser más rápido y de efectos más duraderos cuando quien aprende puede participar en forma activa. La participación alienta al aprendiz y posiblemente permite que participen más de sus sentidos, lo cual refuerza el proceso. Como resultado de la participación aprendemos de manera más rápida y podemos recordar lo aprendido durante más tiempo. Por ejemplo, la mayor parte de las personas siempre recuerda cómo montar en bicicleta, porque participan activamente en el proceso.

## □ Repetición

Aunque no sea considerada muy entretenida, es posible que la repetición deje trazos más o menos permanentes en la memoria. Al estudiar para un examen, por ejemplo, se repiten las ideas clave, para que se puedan recordar durante el examen. La mayor parte de las personas aprenden el alfabeto y las tablas de multiplicar mediante técnicas de repetición.

## □ Relevancia

El aprendizaje recibe gran impulso cuando el material que va a estudiar tiene sentido e importancia para quien va a recibir la capacitación. Por ejemplo, los capacitadores usualmente explican el propósito general de una labor o tarea, o de todo un puesto. Esta explicación permite que el empleado advierta la relevancia de cada tarea y la relevancia de seguir los procedimientos correctos.

## □ Transferencia

A mayor concordancia del programa de capacitación con las demandas del puesto corresponde mayor velocidad en el proceso de dominar el puesto y las tareas que conlleva. Por ejemplo, generalmente los pilotos se entrenan en simuladores de vuelo, porque estos aparatos semejan en gran medida la cabina de un avión real y las características operativas de una aeronave. Las similitudes

entre el avión y el simulador permiten a la persona en capacitación transferir rápidamente su aprendizaje en su trabajo cotidiano.

#### □ Retroalimentación

La retroalimentación proporciona a las personas que aprendan información sobre su progreso. Contando con retroalimentación, los aprendices bien motivados pueden ajustar su conducta, de manera que puedan lograr la curva de aprendizaje más rápida posible. Sin retroalimentación, el aprendiz no puede evaluar su progreso, y es posible que pierda interés.

Existen más principios de aprendizaje según diversos autores, aunque en realidad parten de los principales o fundamentales antes mencionados. A continuación, se mencionarán como complemento de los mismos.

- Establecimiento de metas

Cuando los instructores se toman el tiempo necesario para explicar las metas y objetivos a los participantes es probable que aumente el nivel de interés, comprensión y esfuerzo por capacitarse.

- Significado de la presentación

Los participantes pueden integrar mejor la nueva información si la relación del conocimiento se realiza en base a hechos reales.

- Modelado

Aumentan el significado material de los hechos y los nuevos conocimientos en un entorno de capacitación, el modelado resalta los rasgos sobresalientes de la capacitación conductual.

- Diferencias individuales

Hay quienes pueden recordar la información nueva después de escucharla o verla una sola vez. Otros deben trabajar más o encontrar otras técnicas para recuperar la información, pero esto nada tiene que ver con la inteligencia.

- Práctica activa y repetición

Los participantes deben tener oportunidades frecuentes de practicar las tareas de su puesto en la forma en que se supone que lo harán.

- Aprendizaje global contra aprendizaje desmenuzado

Determina la manera más eficaz de completar cada sección ofreciendo una base para dar instrucciones específicas.

- Aprendizaje masificado o aprendizaje distribuido

Es la cantidad de tiempo que se dedica a la práctica en una sesión.

- Retroalimentación y comunicación del avance

El Handbook of Human Engineering Data (1962), basado en los datos exigibles acerca de las características de los capacitadores eficaces, sugiere las conclusiones siguientes:

Los estudios aquí citados apuntan todos a un factor general de conocimiento, conocimiento de las técnicas de enseñanza, conocimiento de la materia y capacidad intelectual general y dejan reducidos a menor importancia los problemas de personalidad. Esta preferencia se subraya acusadamente cuando el criterio es el progreso real que los estudiantes realizan durante un curso de estudios.

Al diseñar un programa de capacitación, los gerentes deben tomar en cuenta dos condiciones previas para el aprendizaje: disposición y motivación. Además,

es preciso considerar los principios de aprendizaje a fin de crear un entorno que conduzca al aprendizaje. Estos principios incluyen el establecimiento de metas, la plenitud del significado, el modelado, las diferencias entre las personas, la práctica activa, el aprendizaje desmenuzado frente al global, el aprendizaje distribuido, la retroalimentación y las recompensas y refuerzo.

### **3.7. El diagnóstico**

Son muy pocas las empresas y organizaciones que aplican un diagnóstico para conocer la causa de las fallas, ya que éste implica una serie de problemas relacionados con diferentes intereses de quienes participan en la organización; en el estudio se observó que cerca de un 90 % de las empresas no lo lleva a cabo, a pesar de que el diagnóstico es un instrumento de decisión, sirve para apoyar a estrategias de supervivencia o reproducción empresarial mediante un documento que puede o no llevar a tomar medidas prácticas a partir del contenido, en el que se distingue lo que se busca, o que se encuentra y lo que presenta en realidad, un diagnóstico efectivo requiere de la participación veraz de los actores. Es el conocimiento de la causa mediante el conocimiento de las manifestaciones integrales.

Se define al diagnóstico como el proceso gradual de acercamiento al conocimiento analítico de un hecho o problema que permite destacar los elementos más significativos de una alteración en el desarrollo de las actividades de una situación.

El diagnóstico es una descripción de la organización, de acuerdo con un amplio conocimiento de la situación actual y de su trayectoria histórica y la explicación de las causas que lo determinan.

Para que se lleven a cabo acciones correctivas en cualquier ámbito se requiere primero conocer el problema, así como su magnitud, alcances y posible o posibles soluciones; las empresas encuestadas basan el diagnóstico de necesidades de capacitación en meras especulaciones (según el censo) de los

encargados de recursos humanos sin ningún tipo de estudio real, lo que no augura una buena calidad de los cursos; para las empresas el implementar medidas de diagnóstico con una temporalidad corta y continua para cada uno de los puestos puede llegar a ser muy problemático, para lo cual existen instancias e instituciones que brindan dichos análisis, sin embargo, no tienen ningún tipo de diagnóstico de este tipo por lo que se mostraron muy interesados en el.

### **3.8. Propuesta**

Conociendo la problemática de la falta de capacitación de los barman y los salonereros de la zona hotelera del Cantón Manta en la prestación del servicio; se propone desarrollar un taller permanente dirigido a satisfacer las necesidades detectadas, con el apoyo del Patronato Municipal y los egresados de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro. Para el diseño del curso se propone tomar en cuenta lo siguiente:

- Utilizar el refuerzo positivo
- Eliminar amenazas y castigos
- Ser flexible
- Hacer que los participantes establezcan metas personales
- Diseñar una instrucción interesante
- Eliminar obstáculos físicos y psicológicos de aprendizaje.
- Utilizar los principios pedagógicos de aprendizaje (llamados también principios pedagógicos) ya que constituyen las guías de los procesos por los que las personas aprenden de manera más efectiva, mientras más se utilicen estos principios en el aprendizaje, más probabilidades habrá de

que la capacitación resulte efectiva. Estos principios son los de participación, repetición, relevancia, transferencia, retroalimentación.

- Establecimiento de metas personales
- Recompensar de la manera que cada empresa, de acuerdo a sus posibilidades establezca.
- Estructurar un curso de capacitación; que contemple para cada sesión los siguientes apartados

El curso de capacitación para barman y saloner de un hotel cinco estrellas incluirá:

Un número de mínimo de 15 sesiones impartidas por la mañana.

Para cada sesión:

- Título de la sesión.
- Tiempo asignado 50 -110 min. aprox.
- Descripción del contenido de la sesión.
- Objetivos específicos de la sesión.
- Presentación del contenido que se va a cubrir.
- Materiales a utilizar.
- Métodos y técnicas de capacitación y tiempo requerido para cada uno.
- Procedimientos de evaluación.

Descripción: El curso desarrollará de una manera teórica-práctica, en un ámbito real que permite a los colaboradores tener un contacto directo con la barra preparándolos, así para un futuro laboral actualizado y de excelencia.

Nombre del Curso: Curso de Coctelería y Enología.

Rubro: Gastronomía, Hotelería & Turismo

Dirigido a: Colaboradores del área de bar y comedor de los hoteles y personal interesado en cuestiones de bares para futuras colocaciones.

Instructor:

Fecha de inicio:

Fecha de finalización:

Duración:

Lugar:

Inversión:

Insumos Requeridos: Bebidas alcohólicas, jugos, refrescos, cremas, jarabes, frutas, apuntes, recetarios, carpetas, manuales con todo el contenido del curso.

Objetivos específicos del curso: El asistente identificará los diferentes tipos de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, así como sus orígenes y diferentes clasificaciones, conocer las maneras de atender al cliente, así como los elementos que se deben considerar para aumentar la calidad en el servicio.

Evaluación: El asistente deberá de mostrar en cada momento del curso asistencia y puntualidad, así como asimilar los conocimientos del mismo que serán verificados por el instructor mediante el uso de cuestionarios escritos y

orales, y preparación de bebidas prácticamente, se observará la participación en clase y constancia de los participantes para la evaluación.

Reconocimientos: Diploma de participación con valor curricular de la dirección Municipal de Turismo del Cantón y la dirección Provincial de Manabí, postulación al puesto inmediato superior, reconocimiento de participación por parte de los gerentes, felicitación mediante el uso de espacios de comunicación interna.

**Tabla 4.** Diseño del curso

TEMÁTICAS	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El bar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• La barra Estación</li> <li>• Historia de cóctel</li> <li>• Clasificación de bebidas</li> <li>• Como reconocer bebidas adulteradas</li> <li>• Casas productoras de bebidas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cóctel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partes de un cóctel</li> <li>• Clases de cócteles</li> <li>• Tipos de cócteles según su preparación</li> <li>• Lo que se puede mezclar</li> <li>• Las proporciones del cóctel</li> <li>• Tiempo y duración en la preparación del cóctel</li> <li>• El color y el aroma del cóctel</li> <li>• Elaboración de licores caseros, ordinarios, semifinos finos y superfinos</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cócteles famosos</li> <li>• Trago largo, trago corto</li> <li>• Cócteles, cooler's, collins, cup caisy, egg-nogg, fix fizz, Flip, Highball, julep, punch, sangaree, Sling, Sour, Toddy.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aperitivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jerez</li> <li>• Vermouth</li> <li>• Anís</li> <li>• Madeira</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tequila</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Origen del tequila, cata del tequila regiones tequileras</li> <li>• Proceso de destilación tequilera</li> <li>• Tequila blanco, tequila avocado, tequila reposado, tequila añejo, tequila extra añejo</li> <li>• Diferencia tequila y mezcal</li> <li>• Cómo catar un tequila</li> <li>• Casas productoras de tequila</li> <li>• Glosario</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las herramientas imprescindibles</li> <li>• Herramientas, accesorios</li> <li>• Herramientas complementarias</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cristalería</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento de vasos y copas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcoholes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de alcoholes</li> <li>• Fermentación</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rones</li> <li>• Vodkas (polaco y ruso)</li> <li>• Whiskies (irlandés y americano)</li> <li>• Zaques</li> <li>• Coñac</li> <li>• Ginebra (inglesa, holandesa y americana)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fermentados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La fermentación</li> <li>• Cómo se lleva a cabo</li> <li>• Proceso de elaboración</li> <li>• Tipos de cervezas</li> <li>• Cervezas nacionales y extranjeras marcas y tipos</li> <li>• Otros fermentados</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El champagne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración</li> <li>• Métodos de enfriamiento</li> <li>• Cómo leer una etiqueta</li> <li>• Clases de champagne</li> <li>• Servicio de champagne</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El vino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedades de uvas</li> <li>• Clases de vinos / variedades tintos</li> <li>• Clases de vinos / variedades Blancos Como catar un vino</li> <li>• Vinos del mundo</li> <li>• Condimentos que no se llevan con el vino</li> <li>• La limpidez, La textura, el color, el sabor, el cuerpo</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El aroma: técnicas de degustación</li> <li>• Consejos a tener en cuenta</li> <li>• Glosario</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El placer de servir</li> <li>• Calidad en el servicio</li> <li>• Cómo brindar un buen servicio</li> <li>• Puntos básicos</li> <li>• Cómo se induce a la venta</li> <li>• Procesos de venta</li> <li>• Errores al vender</li> <li>• Control de stock</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Varios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como armonizar las bebidas con el menú</li> <li>• Usos sugeridos de las bebidas</li> <li>• Efectos del alcohol en el organismo</li> <li>• Preparación de botanas</li> <li>• Tipos de cafés</li> <li>• Reglas que se deben de observar durante el servicio</li> <li>• Que molesta y que desea el cliente</li> <li>• Retroalimentación</li> </ul>

La dirección de la empresa puede participar activamente en la planeación del programa de capacitación; esta debe comprender componentes educativos, administrativos y clínicos como:

- Establecer objetivos generales del curso.
- Desarrollar un plan general de capacitación.

- Delimitar objetivos específicos para cada sesión de capacitación.
- Determinar la metodología, técnicas y enfoque de la capacitación.
- Desarrollar planes de sesiones de capacitación.
- Determinar los requerimientos de recursos.
- Desarrollar el presupuesto para actividades de capacitación.
- Preparar la propuesta del programa de capacitación.

Llevar un seguimiento del aprovechamiento de los empleados, así como de los resultados obtenidos.

Procurar que, para futuros eventos se contrate personal que posea un nivel de educación formal mayor.

Requerir que se brinde atención excelente puntual y eficaz a todos los clientes sin importar las posibles regalías, nivel social, aspecto, etc.

Establecer las bases para futuras competencias ente los bármames, procurando tener cobertura de los medios, fomentando así el estímulo para superarse y con ello fortalecer a la empresa.

### **3.9. Conclusiones**

En el camino de la modernización laboral en nuestro país, se requiere adoptar una nueva mentalidad con respecto a la "Cultura del Trabajo" fundamentalmente, en las cúpulas empresariales, así como en todos los niveles funcionales y operativos de las organizaciones, en la llamada búsqueda de la excelencia, a través del mejoramiento continuo.

Los administradores deben considerar a los empleados como el recurso más valioso de la empresa y un programa de capacitación e invertir en ellos,

proporcionándoles continuamente oportunidades para mejorar sus habilidades, aunque se sigue visualizando la capacitación como un gasto, a pesar de que está plenamente comprobado que es una inversión redituable.

Cuando se desarrollan las capacidades del trabajador, se proporcionan beneficios para los empleados y para la organización. La capacitación hace que el trabajador sea más competente y hábil, por lo general resulta más costoso contratar nuevo personal, aunque sea calificado, a capacitar personal de la misma empresa que se fortalece, produce más y se evita la obsolescencia empresarial.

Un programa educativo y formativo para los recursos humanos debe estar contemplado en las prioridades de la organización, ya que la empresa y los trabajadores en la actualidad se enfrentan a tecnologías y procesos que cambian a ritmos acelerados.

Los administradores deben considerar que el personal más talentoso puede abandonar su puesto, aunque su salario sea adecuado; ya que el trabajador generalmente necesita nuevos desafíos que lo estimulen y mantengan satisfecho con su trabajo. Es responsabilidad del administrador reconocer el potencial de los trabajadores y ofrecerles nuevas oportunidades.

Los empleados deben de ser incorporados a los procesos de modernización de las empresas, así como en la definición de los perfiles de capacitación, puesto que ellos conviven diariamente con los factores que potencializan o estancan la productividad.

Se debe procurar acortar tiempos, movimientos y operaciones con el fin de alcanzar condiciones laborales óptimas y con ello poder pedir calidad a los empleados.

Al concluir la presente investigación se corroboró que la mayoría del personal que se encuentra al frente de un bar requiere un nivel más alto de

especificación, recomendable para poder mantener plenamente satisfecha a la demanda turística, que espera que el servicio recibido sea acorde a lo que se ofrece, es decir, si un hotel se considera de 5 estrellas, debe ofrendar un servicio de primera calidad, poniendo énfasis a los pequeños detalles que hacen que el trato sea impecable, mismos que deben de ser aplicados por todos y cada uno de los empleados, sin embargo, es tarea del personal administrativo tener la iniciativa de capacitar para ello.

En ocasiones se olvida que el personal juega un papel fundamental dentro de los hoteles, y que éste debe tener un conocimiento profundo sobre sus funciones y obligaciones, para que con esto se establezcan las bases para que surjan las potencialidades máximas de los mismos, esto se apuntala con un alto nivel de motivación, buscando que el hacer su trabajo le sea más satisfactorio, formando así un círculo virtuoso integrando un buen equipo de trabajo y logrando un elemento diferenciador del resto de la competencia.

Por lo mencionado anteriormente, es importante que los planes y programas de capacitación en la industria hotelera, incluyan puntos teóricos y prácticos, así como aspectos no formales que permitan dar un “plus” en la atención de los clientes, lo que se reflejará en el aumento y constancia de los mismos.

Los prestadores de servicios turísticos no comprenden en su mayoría, la importancia que tiene el turismo en el desarrollo de una comunidad, lo que los lleva a desatender factores de tal importancia como lo es la calidad en el servicio, el buen trato, la amabilidad, buenos modales, cortesía, imagen pulcra, productos eficientes y eficaces; lo que promete una estadía que merezca el regreso, que en el caso contrario asegura una pérdida importante del mercado activo y del mercado meta.

Se debe buscar consolidar el desarrollo personal ya que este es un proceso que crea un entorno idóneo de cooperación, comunicación e intercambio de ideas,

mismo que requiere de paciencia por parte del administrador, ya que sus resultados se empiezan a percibir en un mediano o largo plazo.

Se debe buscar la flexibilidad en la administración para poder llevar a cabo diferentes técnicas de desarrollo personal, las organizaciones rígidas tienen mayores dificultades en la creación e incorporación de programas de desarrollo.

Una organización debe de ser la promotora de medios para lograr la superación personal y con eso el de la empresa y de su entorno, dando incentivos, promociones, remuneraciones, etc. Aunque cabe resaltar que se ha devaluado el gran valor que tienen las recompensas u ofrendas, ante estímulos no económicos.

## **CAPITULO IV. PROPUESTA DE EDUCACIÓN TURÍSTICA TÉCNICA POPULAR**

### **4. Taller municipal para la formación de Bármanes y Camareros**

¿Por qué el Patronato Municipal debe interesarse por la formación de mano de obra calificada para la industria de los servicios turísticos?

¿Por qué es un cantón turístico el de mejor implementación y desarrollo de la región?

¿Por qué el turismo genera oportunidades de trabajo para los sectores populares?

¿Por las pocas ofertas de alternativas técnicas para profesiones, que plantean los centros de educación popular de Manta?

Esta propuesta persigue justificar la necesidad de implementar un centro de capacitación orientada al turismo, específicamente a formar mano de obra calificada para las áreas de servicio al cliente, comedor y bar, que vendrían a complementar a los talleres de cocina, panadería y repostería, que ya tienen en funcionamiento. Con estas especialidades, se estaría formando un centro de educación de servicios turísticos, que además posea el aval de ministerio de educación, para que sus egresados obtengan títulos alternativos técnicos a corto plazo.

El Municipio fue investido de la responsabilidad de servir a la comunidad en las áreas de educación con la ley de descentralización, promulgada por el ex presidente Mahuad y ampliada por el ex presidente Gustavo Noboa, por eso la existencia de colegios municipales con la especialidad del turismo, caso San Lorenzo, pero también debe preocuparse por aquellos ciudadanos que no pueden acceder a sistemas de educación formal, como un colegio, por

diferentes razones, aquí debe actuar el Patronato Municipal, con propuestas de educación para este tipo de ciudadanos.

Debido a que la meta primaria de la capacitación es contribuir a las metas globales de la organización, es preciso desarrollar programas que no pierdan de vista las metas y estrategias organizacionales. Las operaciones organizacionales abarcan una amplia variedad de metas que comprenden personal de todos los niveles, desde la inducción hacia el desarrollo ejecutivo. Además de brindar la capacitación necesaria para un desempeño eficaz en el puesto, los directivos empresariales ofrecen capacitación en áreas como el desarrollo personal y el bienestar. A fin de tener programas de capacitación eficaces, se recomienda un enfoque sistemático.

Este consiste de cuatro partes:

<b>Evaluación de necesidades</b>	<b>Diseño de programas</b>
<b>Instrumentación</b>	<b>Evaluación</b>

### **Terminología:**

El documento de Implantación del Sistema de Calidad de The Coca-Cola Company, contempla las siguientes definiciones:

- **Instructor Interno:** Personal de la misma organización que después de haber cumplido una serie de requisitos y a su entera voluntad, proporciona a la Empresa un servicio adicional, apoyando al Área de Capacitación en la impartición de cursos al personal de su misma área.
- **Certificación:** Período en el que se proporciona al operario la capacitación de conocimientos y habilidades que le son necesarios para cumplir con las funciones de su puesto de trabajo dentro de los estándares requeridos.

- **Recertificación:** Evaluación de los conocimientos y habilidades del personal que previamente fue certificado, con el propósito de detectar áreas insatisfactorias en el desempeño del personal.
- **Capacitación:** Es el proceso mediante el cual la empresa proporciona educación a sus recursos humanos, con el objetivo de desarrollar aquellos conocimientos, habilidades y actitudes que permitan contribuir en forma efectiva al logro de los objetivos institucionales.
- **Entrenamiento:** Enseñanza de habilidades particulares para un propósito específico. Se le considera como un medio para desarrollar la fuerza de trabajo. En esencia el entrenamiento hace referencia a la instrucción de operaciones, tanto técnicas como mecánicas y orientada hacia los trabajos.
- **Adiestramiento:** Adquirir destreza, evidentemente es de carácter práctico y para un puesto concreto, es adquirir facilidad, precisión y rapidez en el desarrollo.
- **Desarrollo:** Normalmente se le asocia con la cuestión de crecer, desenvolverse, aumentar, acrecentar, perfeccionar y mejorar. El contenido del desarrollo se dirige más a los conocimientos y funciones intangibles que las físicas.
- **Comisión mixta de capacitación y adiestramiento:** Es el grupo de trabajo responsable de vigilar en cada empresa la instrumentación y operación del sistema y de los procedimientos que se implanten para mejorar la capacitación y el adiestramiento de los trabajadores.

- Planes y programas de capacitación y adiestramiento: Son el conjunto de acciones específicas que permiten atender las necesidades de formación, actualización y desarrollo de los trabajadores en las empresas, con objeto de proporcionarles información sobre la aplicación de nuevas tecnologías. Prepararlos para ocupar una vacante o puesto de nueva creación, prevenir riesgos de trabajo, incrementar la productividad y en general mejorar las aptitudes del trabajador.
- Constancia de habilidades laborales: Es el documento legal que acredita la capacitación que un trabajador recibe como resultado de la aprobación de los cursos que forman parte de los planes y programas de capacitación y adiestramiento de la empresa.
- Agente capacitador externo: Son las personas físicas o morales que prestan servicios a las empresas para el desarrollo de las acciones de capacitación a sus trabajadores.

#### **4.1. Clasificación de la capacitación**

Los administradores deben considerar a los empleados como el recurso más valioso del programa e invertir en ellos, proporcionándoles continuamente oportunidades para mejorar sus habilidades. Esto se conoce como desarrollo de personal e incluye aquellas actividades designadas a capacitar y motivar al empleado para ampliar sus responsabilidades dentro de la organización.

Desarrollar las capacidades del trabajador, proporciona beneficios para los empleados y para la organización. Ayuda a los trabajadores aumentando sus habilidades y cualidades y beneficia a la organización incrementando las habilidades del personal de una manera costo-efectivo. La capacitación hará que

el trabajador sea más competente y hábil. Generalmente, es más costoso contratar y capacitar nuevo personal, aun cuando éste tenga los requisitos para la nueva posición, que desarrollar las habilidades del personal existente. Además, al utilizar y desarrollar las habilidades del trabajador, la organización entera se vuelve más fuerte, productiva y rentable.

Los administradores deben considerar que el personal talentoso puede abandonar la organización, aunque su salario sea adecuado. El trabajador generalmente necesita nuevos desafíos que lo estimulen y mantengan satisfecho con su trabajo. Es responsabilidad del administrador reconocer el potencial de los trabajadores y ofrecerles nuevas oportunidades.

Utilizar las técnicas por separado, no asegura que el personal esté motivado para participar en actividades para su propio desarrollo. Una organización debe dar entonces incentivos a los empleados ofreciendo oportunidades de promoción y transferencias para complementar las habilidades del empleado en el trabajo y utilizarlas en su máximo potencial.

Hay una enorme cantidad de métodos y técnicas utilizados en la capacitación. Algunos representan métodos, más bien amplios, de enfrentarse con las necesidades del adiestramiento; otros son más estrictos y se han montado para responder a una necesidad específica o para mejorar las presentes técnicas. A veces se denota que los empleados de producción se adiestran por métodos tan generales como adiestramiento sobre la tarea, época de aprendizaje infantil etc., De la misma manera, en el adiestramiento de ejecutivos encontramos métodos como el entrenamiento sobre el cargo, y los procedimientos de clases. Dentro de estos métodos tan amplios se integran muchas técnicas para facilitar este proceso. En el adiestramiento formal basándose en clases para supervisores encontramos técnicas como juego de puestos, estudio de casos y clases. En el adiestramiento de los obreros de producción sobre el terreno, se utilizan ayudas visuales, demostraciones y maquetas de maquinaria.

En nuestra discusión de los métodos de adiestramiento, analizamos aquellos que difieren primariamente en la cantidad de instrucción recibida dentro y fuera de la tarea.

Cuando se discuten métodos y técnicas, el lector no tiene nunca que perder de vista las cuestiones de costes y rentabilidad. Algunas técnicas, como las clases, pueden parecer poco expresivas, porque una sola persona puede preparar su conferencia en un tiempo relativamente corto y presentarlas después a grandes auditorios de adiestrados. Pero si consideramos la rentabilidad, tenemos que tener en cuenta también lo que es aprendido por cada individuo y si el aprendizaje se transfiere o no a la realidad de la tarea. Si de la conferencia no se obtienen cambios de comportamiento o se obtienen cambios desfavorables, estaremos frente a una técnica realmente poco rentable. Por eso se debe de tener cuidado de no exagerar la importancia del coste, que es fácil de determinar, sino lanzarnos a una consideración completa de rentabilidad, que incluye el coste y requiere también una investigación muy precisa para determinar la contribución del método a los fines de la organización. Esto significa que para incluir un estudio de rentabilidad tenemos que considerar un conjunto de criterios muy nutrido.

William B. Werther, Jr. plantea la siguiente clasificación:

- Adiestramiento Sobre el Terreno

Es quizá el procedimiento que se utiliza con mayor frecuencia. En este método, el que aprende, para adquirir las habilidades, conocimientos y actitudes, utiliza la maquinaria y materiales que seguirá utilizando cuando su adiestramiento formal se realice y vuelva al trabajo normal. Está aprendiendo dentro de las mismas circunstancias físicas en las que deberá realizar su actividad. Seguirá los procedimientos diarios de operación y se emperezará a relacionar con los superiores y compañeros que va a tener después. En la práctica las cosas pueden variar, desde la asignación de un empleo nuevo a uno experimentado

para que le vaya enseñando, hasta la supervisión de un grupo de empleados por un instructor especializado.

Este sistema es muy recomendable dentro de la industria. El que aprende, al menos en parte, está ya rindiendo en el momento de empezar el aprendizaje. No se requiere ningún equipo especial de adiestramiento. Desde el punto de vista de los principios de aprendizaje, el método le permite practicar lo que se espera de él cuando comience su trabajo real. El problema de trasladar lo aprendido a la realidad se reducirá.

Es teóricamente posible crear una oportunidad de aprender sobre el terreno que sea máxima, pero eso es muy difícil. Porque si el adiestramiento se realiza en una tienda, una línea de producción o una oficina, hay que tener en cuenta que la finalidad de esos lugares no es el aprendizaje. La finalidad es la producción. El adiestramiento tiene ambientalmente una importancia secundaria frente a la producción. El método sobre el terreno puede realmente ser eficaz, pero supone mucho trabajo de preparación por parte de los responsables del adiestramiento para que el adiestrado tenga una real oportunidad de aprender.

- Adiestramiento de Vestíbulo

Este tipo de adiestramiento es en gran parte una variación no demasiado grande del método anterior. El adiestrador utiliza el mismo equipo, los mismos materiales y maquinaria y sigue los mismos procedimientos que utilizaría si estuviese en el lugar real del trabajo, pero no está, por tanto, las presiones normales del trabajo se reducen.

Un instructor experimentado se encuentra a cargo del asunto. El fin principal de este ambiente es el adiestramiento, no la producción. En teoría, esta situación es más favorable al aprendizaje que el adiestramiento sobre el terreno.

Pero a pesar de estas ventajas el adiestramiento de vestíbulo tiene fuertes limitaciones prácticas. Puede ser antieconómico si solamente se adiestran pocos

operarios a la vez, si el equipo utilizado es caro o si el mantenimiento del equipo requiere habilidades especiales. También está limitado en cuanto a las tareas para las que puede ser válido. En la práctica se ha utilizado para enseñar tareas que suponen el manejo de una sola máquina, o la inspección y operaciones de empaquetamiento. Puede también utilizarse en la instrucción de los adiestrados en tareas fáciles de oficina.

Desde luego que con este método se acentúa la dificultad de la transferencia de los conocimientos y habilidades adquiridas al trabajo real. La ausencia de presiones que es favorable para el momento del adiestramiento puede hacer que el ambiente real se reciba con menos costumbre una vez terminado el adiestramiento.

- Integración del Adiestramiento Sobre y Fuera del Terreno

El adiestramiento integrado consiste en que el adiestrado practica su futura tarea en el terreno en que va a desarrollarla y, además, recibe parte del adiestramiento fuera de ese ambiente, en clases, laboratorios u otros lugares. Quizá la forma más frecuente de adiestramiento integrado sea el aprendizaje Industrial.

En general, el adiestramiento integrado se ha utilizado para adiestrar a empleados en tareas que requieren largos períodos de aprendizaje junto con habilidades y conocimientos que no pueden promocionarse en un sencillo adiestramiento sobre el terreno. Tiene la gran ventaja de permitir sobre el terreno la práctica de las cosas aprendidas en la clase y facilitar el adiestramiento escolar mediante el intercambio de ideas en experiencias con los problemas prácticos de cada día. También se consigue una motivación más elevada.

Como en el adiestramiento integrado se favorece el traslado de lo aprendido desde el lugar del adiestramiento a la tarea, este método es muy recomendable. Sin embargo, ese traslado no es precisamente automático y tiene que ser

cuidadosamente planificado. Si se hace así el método, puede ser un excelente sistema de adiestramiento.

- Adiestramiento Fuera del Terreno

Este método difiere del adiestramiento integrado en que lo que el adiestrado realiza sobre el terreno y lo que ejecuta en una clase o en un laboratorio no está relacionado tan estrechamente y es más bien complementario que fundamental para el aprendizaje de la tarea. Un supervisor puede participar en una clase acerca de contabilidad de costes y no utilizar el conocimiento adquirido hasta semanas o meses más tarde.

El adiestramiento formal fuera del terreno se utiliza más bien en la preparación de empleados superiores y directivos que en los empleados de producción, sin embargo, puede también tener su valor con los empleados de producción cuando se trata de inculcarles conocimientos específicos o desarrollar en ellos ciertas actitudes. Claro que para este tipo de empleados el adiestramiento fuera del terreno no podrá suplir totalmente el hecho sobre el terreno.

El adiestramiento fuera de terreno puede variar desde un corto curso para mejorar la velocidad de lectura hasta una instrucción intensiva para un grupo de ejecutivos que puede extenderse durante meses. Los cursos pueden estar organizados y dirigidos por personal que esté incluido en la nómina de la empresa o bien por establecimientos de enseñanza superior o compañías privadas de asesoramiento.

Los cursos pueden darse en instalaciones de la empresa o en otros centros, el que este tipo de cursos sea tan frecuente no quiere decir sin más que su eficacia esté garantizada.

Cada técnica tiene ciertas ventajas, desventajas y limitaciones en una situación específica de adiestramiento. La decisión acerca de qué técnica debe utilizarse en un método particular de adiestramiento que debe hacerse solamente después

de un cuidadoso análisis de cada tarea particular, de la información que debe transmitirse, el comportamiento que debe dominarse, el probable número de adiestrados, el nivel de tarea, la capacitación del personal que debe adiestrarse y la capacidad de los instructores de que se disponga.

#### **4.2. Métodos de capacitación para empleados operativos**

- Capacitación de aprendices. Combina la instrucción en aulas con la capacitación en el trabajo.
- Capacitación en el puesto. Es un enfoque informal en la capacitación que permite que un empleado aprenda las tareas en su puesto al desarrollarlas realmente.
- Simuladores. Son dispositivos de capacitación de diversos grados de complejidad que modelan el mundo real.
- Capacitación vestibular. Tiene lugar fuera de área de producción con equipos que se parecen a los reales. Se busca habilidades y/o destrezas.
- Técnicas de servicio.

#### **4.3. Mise en place**

Se conoce con el nombre de mise en place o montaje o mecánica a todas las operaciones necesarias que se efectúan para preparar el comedor antes de iniciar el servicio.

Este trabajo lo realizan aquellas personas que ha designado el maitre d'hotel o encargado de la brigada y suelen ser jefes de rango con sus respectivos ayudantes.

El montaje del comedor se puede diferenciar en dos partes, según las funciones que realizan las personas que están encargadas del mismo.

Una parte que sería la preparación y repaso del material y otra el montaje de las mesas. Normalmente, este trabajo se efectúa a la vez, es decir, según se va

preparando el material, labor que realizan los ayudantes y aprendices, los jefes de rango van haciendo el montaje de mesas.

#### **4.4. Montaje de mesa**

Mientras los ayudantes están realizando las operaciones que anteriormente se han citado, los jefes de rango harán el montaje de las mesas, que se iniciará después de tener estas colocadas en su posición habitual. En primer lugar, se comprobará el estado del (muletón) de cada mesa, verificando el cambio de aquellos que no cumplan las condiciones.

Los muletones suelen ir fijos a las mesas de tres formas:

- 1) Por un elástico que va cosido alrededor del muletón
- 2) Por cintas que van en las esquinas del muletón
- 3) Por chinchetas

Una vez efectuado el cambio de los muletones se procederá a la colocación de los manteles siguiendo estas normas:

1. Desdoblar el mantel a lo ancho, dejando los pliegues como están
2. Introducir los dedos índices y corazón de cada mano en el pliegue superior del mantel, sujetando el pliegue inferior con el pulgar
3. Extender el mantel hacia la parte opuesta, tirando del pliegue inferior hacia si
4. Procurar que el anagrama del mantel quede en el centro de la mesa y mirando a la entrada del comedor (en caso de un comedor cuadrado o rectangular)
5. Las esquinas del mantel deben coincidir con las patas de la mesa
6. Para corregir la colocación nos serviremos de las esquinas, evitando de esta forma manosear el mantel

Para comprobar si los manteles están bien colocados nos podemos fijar en:

1. Si las esquinas del mantel coinciden con las patas de la mesa
2. Si el anagrama queda centrado
3. Si las líneas que forman los pliegues quedan equidistantes de los bordes de la mesa

Estas normas son de igual aplicación para mesas cuadradas, rectangulares o redondas.

Para colocar el mantel es conveniente situarse entre dos patas de la mesa. La vajilla que a continuación se ponga en la mesa dependerá del tipo de servicio que se da en el comedor.

En caso de que principalmente se trabaje a la carta, colocaremos:

1. Plato trincherero o plato base (de loza o metálico), de tal forma que el borde del plato coincida con la mesa o a 1 centímetro de éste. Si lleva anagrama en el borde del plato, quedará frente al cliente.
2. Plato del pan, situado a unos centímetros a la izquierda del trincherero y unos diez centímetros del borde de la mesa, con el anagrama igual que el trincherero.
3. Cuchillo de mantequilla, colocado en el plato de pan.
4. Servilleta en el plato trincherero, con el anagrama de frente al cliente. También, se puede colocar en el plato de pan.
5. Copa de agua, delante del plato trincherero, a unos dos centímetros de éste y en el centro.
6. Copa de vino, a la derecha de la copa de agua, pero más cerca del borde de la mesa.

Esta vajilla se colocará exactamente igual para todos los comensales. Además, en la mesa irá el (petit menage) (salero, pimentero, número de mesa y cenicero),

que será distribuido por las mesas una vez se haya puesto la vajilla, operación que hará el encargado del repaso y reposición del (menaje).

En los comedores de los hoteles se trabaja más el menú, a excepción de los lujos; entonces, además, de la vajilla que antes hemos citado, pondremos cuchillos trincheros a la derecha del plato base y tenedor trincherero a la izquierda. Hay que procurar que los mangos del cuchillo y tenedor no sobresalgan del borde de la mesa.

Los cubiertos serán llevados por los jefes en un paño, siendo cogidos por el mango cuando se coloca la mesa. También, se puede emplear un plato cubierto con una servilleta. Las copas irán en bandeja, tomándolas por su base para ser puestas en la mesa y deberán quedar boca abajo. Las servilletas se transportarán en un plato trincherero, tomándolas con unas pinzas para ser puestas en el plato-base, evitando de esta forma manosearlas.

#### **4.5. Supervisión del mise en place**

Una vez terminado el menaje, como punto final, colocaremos las sillas correctamente en las mesas, procurando dejarla a la altura de la caída del mantel, ya que hace muy mal efecto cuando sobrepasan éste y además quedan arrugados.

El encargado del montaje revisará el comedor para dar por terminada esta tarea repasando mesas, aparadores menaje, etc. Esto debido a que de una buena mise en place dependerá gran parte del éxito en el servicio.

El personal encargado de la mise en place almorzará y cambiará los uniformes de la mise en place por los de servicios, entrando al comedor veinte o treinta minutos antes de abrirlo.

#### **4.6. Servicio de comidas en comedor – restaurant**

Al igual que en los desayunos, también las comidas cuentan con varios tipos o sistemas de servir los platos. Cada uno de estos sistemas tiene sus peculiaridades y estilo, adaptándose unos para unas ocasiones más relevantes y protocolarias y contrastado con otros más prácticos y rápidos, pero sin que en ninguna de las fórmulas empleadas se pierda la ética y la compostura profesional. Este hecho tan cotidiano y necesario conlleva aun ciertos relieves de ceremonias, que en diversas sociedades marcaron las formas en consonancias con las necesidades y costumbres de la época. Muchas de estas tradiciones han llegado a nuestros días, donde nos encontramos con relatos de cómo desarrollar el ágape, coincidiendo en todos los casos con el orden patriarcal.

También hay que diferenciar entre el servilismo de los antiguos lacayos con la prestación de un servicio al público, como cualquier otro tipo de servicio que la sociedad de consumo requiere.

Siguiendo la tradición del servicio a mesa de comensales, podemos clasificar la cultura europea en seis modalidades principales que son:

- A la francesa
- A la inglesa
- A la rusa
- Buffet
- Emplatado

- **Servicio emplatado o americano**

Es el más sencillo, ya que los manjares vienen emplatados desde la cocina y el camarero solo tiene que pasar el plato al cliente. Se utiliza en los restaurantes corrientes, ya que el camarero tiene gran número de mesas que atender; de esta forma efectuar un servicio rápido, que realmente es lo que el cliente desea. En la actualidad con las nuevas cocinas (monta) los platos de una forma más creativa e imaginativa, tratando de que lleguen al cliente sin cambios.

Indiscutiblemente la presentación y la temperatura del manjar gana al evitar los cambios de fuente a plato. El manjar se pasará al comensal por la derecha del mismo, procurando el camarero que sirve, no introducir el dedo pulgar en el plato, costumbre adquirida y que denota una falta de cuidado e higiene en el servicio. El plato debe quedar centrado ante el cliente, procurando que el anagrama, si lo tiene, quede frente al mismo.

- **A la francesa**

Este es un sistema que evidencia un alto nivel por parte de los comensales. El camarero retira la campana presentando las viandas por el lado izquierdo del cliente, el cual cocerá las pinzas dispuestas a tal fin y se servirá. Y así sucesivamente uno tras otro, guardando el orden protocolario actual.

De esta forma, cada cual podía servirse a su antojo tanto en la cantidad como en la variedad.

Pero este servicio es lento, por una parte, y por otra requiere que el camarero tenga una buena musculatura para aguantar el peso inicial de una fuente repleta de manjares y sus complementos durante el tiempo que cada uno emplea en servirse, debiendo mantener la fuente de equilibrio mientras se manipula y se retira de un extremo algún artículo y, al mismo tiempo aguantar la compostura.

- **A la inglesa**

Este servicio es similar al anterior, con la ventaja de ser bastante más rápido ya que el servicio de bandeja-plato lo realiza el propio camarero. Por lo general, ya en cocina se han situado de forma equitativa los manjares y en la mayoría de los casos también la guarnición que corresponda, lo que hace que aun sea más rápido al servicio. De esta forma, si para comenzar la degustación tienen que esperar a que el último comensal haya sido servido, difícilmente se habrá podido enfriar la comida (en caso de que esta sea caliente).

El sistema de servir es igual al anterior, es decir, presentando la bandeja o fuente por la izquierda y sirviendo con pinzas.

- **A la rusa**

Es de los servicios más utilizados en establecimientos de categorías superiores, ya que este se realiza desde la mesa auxiliar o gueridón. Los manjares son traídos de la cocina bien en fuentes con campana o en carro y se presentan al cliente para que compruebe y de su aceptación antes de ser servidos.

Estos manjares pasarán a la mesa auxiliar o bien, si han sido llevados en el carro, será en el mismo carro donde se haga la correspondiente partición, emplatándose directamente y sirviéndose ya emplatado al cliente. Este servicio requiere de gran profesionalidad por parte del camarero, recayendo generalmente sobre el jefe de rango.

No hay que olvidar que este sistema se adapta para la presentación de piezas enteras, las cuales luego hay que trincar a la vista del cliente e incluso también para terminaciones del plato, como en los salteados flameados.

La destreza en la utilización de pinzas, cuchillos y manejo de útiles en general requiere una compostura y elegancia tal que puede considerarse el servicio más complejo y estilista; por lo tanto, es alta la exigencia de profesionalidad. Precisión, cálculo, limpieza, rapidez, comedia son las atribuciones básicas que se necesitan.

Popularmente a este sistema de servicio se lo conoce como servicio de dos manos de gueridón o mesa auxiliar.

- **A la suiza – fondue**

Es este un sistema que requiere una buena dotación de material y espacio en las mesas, puesto que todos los componentes del menú que el cliente solicite son colocados por separado en la mesa. Para ello se habrá dispuesto previamente de una pequeña plancha calentada por agua o mecha de alcohol

(en los casos de manjares calientes) y sobre esta plancha se sobrepondrán las fuentes, legumbres y salseras todas con sus tapaderas correspondientes. A partir de aquí el cliente se irá sirviendo a su gusto y necesidad. Si el cliente no ha pedido más platos calientes se retira la plancha o calienta fuentes. También como detalle de rigor, el propio cliente se sirve incluso el agua y vino. Aunque este sistema de servicio aparentemente no tenga nada de espectacular, requiere una gran precisión y dedicación a la mesa para no crear tiempos muertos entre un plato y otro.

- **Buffet**

Es sin duda la fórmula que presenta con mayor resalte las viandas. Por lo general dada la presentación que suele tener, adquiere el beneplácito de la clientela. Pero como todo sistema tiene sus ventajas e inconvenientes al igual que han reflejado al buffet de desayuno. El buffet tiene tres versiones: el llamado buffet frío, caliente y mixto, siendo este último el más expandido. Otros son específicos, teniendo como finalidad motivos determinados de especies o familias, por ejemplo: buffet compuesto a base de productos del mar, o bien a base de carne.

#### **4.7. Estudio de factibilidad de la propuesta**

Son muy pocas las empresas y organizaciones que aplican un diagnóstico para conocer la causa de las fallas, ya que éste implica una serie de problemas relacionados con diferentes intereses de quienes participan en la organización; en el estudio se observó que cerca de un 90 % de las empresas no lo lleva a cabo, a pesar de que el diagnóstico es un instrumento de decisión, sirve para apoyar a estrategias de supervivencia o reproducción empresarial mediante un documento que puede o no llevar a tomar medidas prácticas a partir del contenido, en el que se distingue lo que se busca, o que se encuentra y lo que presenta en realidad, un diagnóstico efectivo requiere de la participación veraz

de los actores. Es el conocimiento de la causa mediante el conocimiento de las manifestaciones integrales.

#### 4.8. Estudio del mercado

**Actividad:** turística

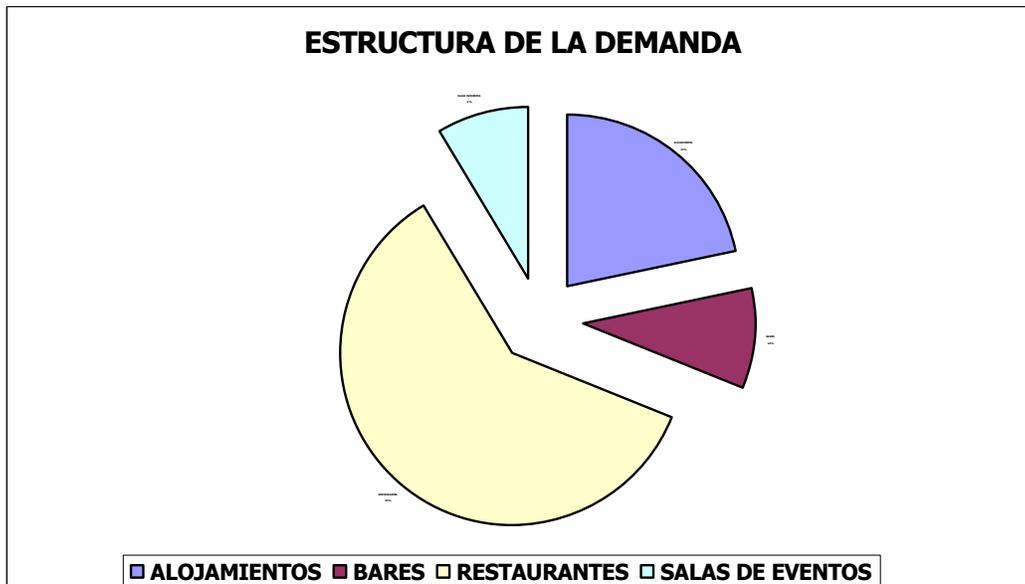
**Sector:** servicios turísticos

**Especialidad:** bares, restaurantes, salas de eventos

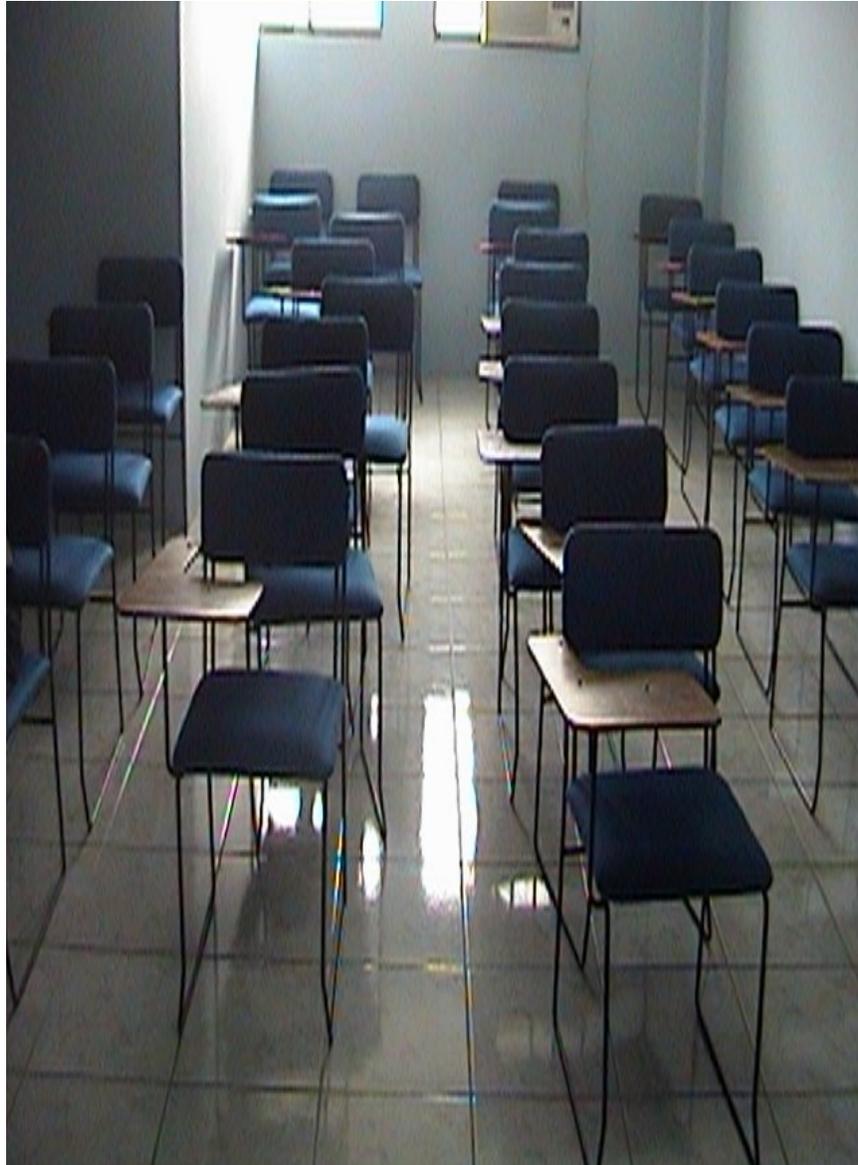
**Delimitación de mercado:** Cantón Manta

**Estructura de la demanda**

**Producto:** servicios turísticos en Manta



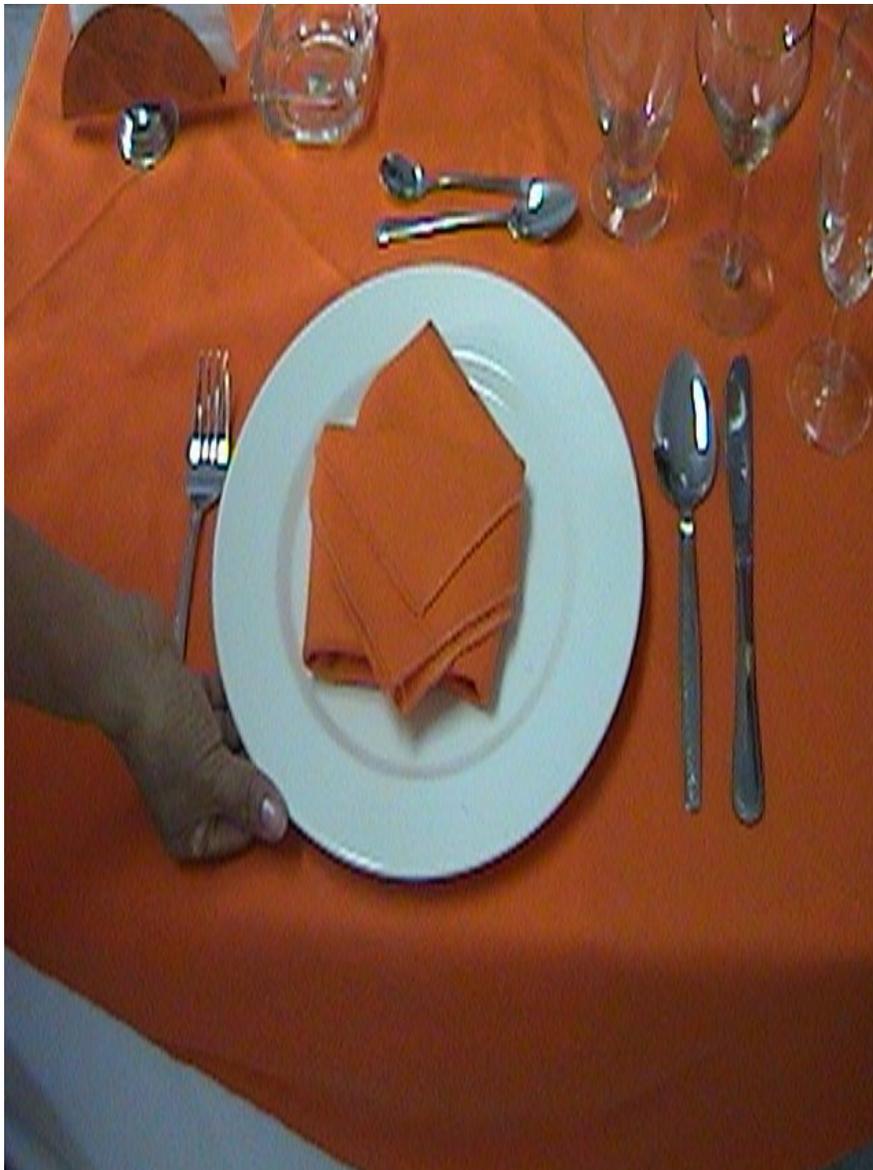
**Figura 1.** Estructura de la demanda en la ciudad de Manta



**Figura 2.** Sala de capacitación



**Figura 3.** Bebidas y cócteles



**Figura 4. Platos**



**Figura 5.** Capacitaciones en el sector hotelero

#### **4.9. Conclusiones**

Aunque no se conoce con exactitud desde que porcentaje se puede denominar que una propuesta tiene acogida, los resultados demuestran que sobre la media existe interés. Pero ponen como condición que el proceso de estudio no interfiera con sus actividades laborales.

Existe en la mayoría de los encuestados, la idea de que la actividad que realizan es una profesión definida. Por lo tanto, llama la atención la estabilidad que ha logrado el turismo de Manta, al generar plazas de trabajo formales.

## CAPÍTULO V. MATERIALES Y MÉTODOS

### 5. Instrumento de investigación

Encuesta realizada a un grupo de bachilleres que piensan optar por otras alternativas de educación.

Bachilleres sin acceso a la universidad

Establecimiento encuestado:

Colegio Tarqui, especialidad comercio, se ha seleccionado este establecimiento por sus características desde el punto de vista social, sus alumnos en su mayoría pertenecen a segmentos populares.

Para iniciar la encuesta, determinamos a través de preguntas a 60 estudiantes, distribuidos en 2 paralelos, quienes de ellos no seguirían estudiando en la universidad.

18 personas, afirmaron no poder ir a la universidad por factores económicos, que pretendían insertarse en el mercado laboral.

A ellos realizamos las siguientes preguntas.

-Te gustaría trabajar y estudiar, y respondieron los 18 encuestados, 100%.

- Te gustaría trabajar en el área turística: bares, restaurantes. 10 están interesados, 55,50%.

- Te interesaría obtener un título profesional en servicios turísticos en 3 meses. 15 respondieron que sí, 83,33%.

## **5.1. Conclusión**

El segmento encuestado, casi no entiende la amplitud de la posibilidad turística para trabajar, pero algunos han trabajado como asistentes de limpieza y cocina.

Lo que más motiva a este segmento es la posibilidad de profesionalizarse a corto plazo, pensamos que por su condición todavía no tienen un interés concreto sobre la especialidad, pero son un segmento potencial para la demanda de este tipo de educación.

## CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA

- Blas Díaz, J. (1978). *Los vinos internacionales: Origen elaboración y características*. Ed. C.E.C.S.A.
- Bosch-Campubi, R. (2001). *Turismo y medio ambiente*. Ed. Nacional España.
- Boullon, Roberto. (1983). "Las actividades turísticas y recreacionales" Ed. Trillas, México.
- Calderón-Corcova, H. (1990). *Manual para la administración del proceso de capacitación del personal*. Ed. Trillas.
- Coaut-Yvan, B. (1987). *Modelos de investigación para el desarrollo de recursos humanos*. Ed. México.
- Coca Cola, S.A. (2007). Documento de Implantación del Sistema de Calidad de Coca-Cola S.A. Obtenido de: <http://www.coca-cola.com>
- Concha, B. (2001). *Gran atlas del vino*. Ed. Libsa.
- De la Torre Padilla, O. (1982). *Turismo fenómeno social*. Ed Sevilla. México
- Fernández Fuster, L. (1969). *Teoría y técnica del turismo*. Editorial Torremolinos Barcelona.
- Fernández Fuster, L. (1981). *Teoría y técnica del turismo*. Tomo I, p. 28,29 Ed. Nacional. Madrid.
- Fletcher, S. (2001). *Diseño de capacitación basada en competencias laborales*. Ed. Panorama. México.
- García del Rio, F. (1999). *Como leer la etiqueta de un vino* Ed. Alianza

- García Del Rio, F. (1999). *El libro del catador de vinos*. Ed. Alianza.
- Grados Jaime. (2001). *Capacitación y desarrollo de personal*. Ed Trillas. México.
- Grados, J. (2001). "Capacitación y desarrollo de personal". Ed Trillas. México.
- Lundberg, E. (1987). *El negocio del turismo* Ed. Diana. México.
- Molina Espinosa, S. (1991). *Conceptualización del turismo*. Ed. Limusa.
- Morfín Herrera, M. (2001). *Administración de comedor y bar*. Ed Trillas. México.
- Municipio de Manta. (2007). Plan de desarrollo turístico Cantonal de Manta 2005.
- Ramírez Blanco, M. (1981). "Teoría general del turismo" Ed Diana. México. p. 20-23.
- Tomasini Alfredo, A. (1994). *Retos y riesgos de la calidad total*. Ed. Grijalbo. México.
- Trabajos de alumnos de Maestría en Gerencia Turística, Instituto de postgrado ULEAM.
- Werther William, B. (1998). *Administración de personal y recursos humanos*. Ed. Heith Davis. España



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ