

Turismo **En**
COMUNidades
Revista Científica del CUHELAV

The logo consists of the text 'Turismo En COMUNidades' and 'Revista Científica del CUHELAV'. The word 'Turismo' is written vertically on the left. 'En' is a small black square with the letters 'En' inside. 'COMUNidades' is in a large, bold, black sans-serif font. A decorative graphic of a leafy branch, with leaves in shades of red, orange, and yellow, arches over the word 'COMUNidades'. Below the main title, the text 'Revista Científica del CUHELAV' is written in a smaller, black sans-serif font.

Turismo en la Zona de
Conocimiento Productivo

TURISMO EN COMUNIDADES

ISSN

Depósito legal
PPI201402ME4569

Año 2 Número 1
(Enero-junio 2016)
Turismo en la Zona de conocimiento
productivo.

Ministerio del Poder Popular para el
Turismo. Marleny Contreras.

Ministerio del Poder Popular para la
Educación Universitaria, Ciencia y
Tecnología. Hugbel Roa.

Universidad Nacional del Turismo
Núcleo Hotel Escuela de los Andes Venezolanos

Teléfonos:

(0274- 252.22.39)
(0274- 252.40.24)

www.hotelescuela.org.ve
cenitur@hotelescuela.org.ve
[@cuhelav_oficial](#)

Realizado por:

José A. Dávila A.
José A. Jiménez. C
Mérida, Venezuela
Abril de 2017

PRESENTACIÓN

Pensar al turismo como una actividad socioproductiva para generación de nuevos ingresos a nuestro país, supone entenderla como un conjunto de actividades interrelacionadas cuya acción en el entorno en el que ocurren supera, en mucho, el ejercicio de una prestación de servicios turísticos asociados a la oferta de alojamiento, gastronomía y recreación.

En ese contexto, tanto los procesos de aprendizaje y enseñanza, como aquellos de ejercicio del quehacer económico y socioproductivo local, deberían iniciar una reconfiguración, asumiéndose en relación armónica entre sí. Entonces, esto supone entender que la actividad turística aporta directamente a la diversificación de otras tantas que tributan al turismo como actividad socioproductiva.

Queremos entonces, afirmar que nuestra Universidad Nacional del Turismo se aproxima a la enseñanza de esta disciplina desde una óptica multidisciplinar gracias a la cual se busca reivindicar cada lugar de la acción turística como un espacio para el saber, la creación de conocimiento y la construcción de una ciudadanía activa y responsable con el ejercicio de dicha actividad. El conocimiento, entonces, es un elemento clave dentro de la construcción de espacios de convergencia entre una actividad socioproductiva y aquellas que le sirven de apoyo y complemento.

Esto, necesariamente, nos aproxima también a una perspectiva sobre el desarrollo local, que consideramos endógena porque busca vincular una diversidad de actores locales, todos ellos asociados al turismo desde la formación hasta la oferta de servicios, construyendo, gracias a ello, un espacio de condiciones habilitadoras, posibilitadoras y potenciadoras del turismo pero, adicionalmente, garantizando que el ámbito local se convierta en el lugar para la configuración de decisiones locales y de articulación armoniosa con el quehacer comunitario, en dinámicas y sinergias abiertas entre todos los actores involucrados.

Las Zonas de Conocimiento Productivo son, en virtud de la Ley de Regionalización Integral para el Desarrollo Socioproductivo de la Patria, un instrumento dispuesto para facilitar que el conocimiento que se genera desde los centros e instituciones uni-

versitarias, se vincule de forma franca con los diversos espacios de creación y cocreación intelectual que ocurren en cada uno de los puntos de intersección entre una actividad socioproductiva como el turismo y las actividades locales que le sirven de apoyo y complemento en la configuración de la oferta turística regional y local.

En este número de nuestra revista, les ofrecemos algunas propuestas a repensar la actividad turística como un espacio de diversificación de lo productivo y deseamos que sea para quien nos lee, una aproximación significativa al hecho turístico desde una perspectiva local.

CONTENIDOS

- 5-16** Significados y significantes de las aplicaciones móviles para el turismo (Ana Marelys Mosquera).
- 17-28** La Etnografía: Una metodología al servicio de la investigación turística (Yanitza Albarrán).
- 29-36** Hacia un modelo proactivo de salud y una forma saludable de promoción turística (Eleicy Hernández Ramírez)
- 37-50** Desarrollo endógeno sustentable en el á turística del Valle de Mocotíes Mérida, Venezuela (Maria Elena Ramos).
- 51-80** Modelo de Gestión Financiera basado en el Balanced Scorecard para optimizar el flujo de efectivo en los hoteles 4 y 5 estrellas, estado Nueva Esparta (Eucaris M. Rodríguez de Díaz, Asdrubal Elías Díaz Mata).
- 81-97** Líderes para la hospitalidad comunitaria (Oliva Paredes).

Significados y significantes de las aplicaciones móviles para el turismo



Significados y significantes de las aplicaciones móviles para el turismo

Autora

Mosquera, Ana Marelys

mosquera@hotelescuola.org.ve

Resumen:

El presente ensayo posee como finalidad explicar el significado y significante de las actuales Aplicaciones Móviles (Apps) para el turismo tomando en consideración la importancia que éstas poseen para crear acercamientos entre el usuario y la información. De esta manera, desde el punto de vista turístico, las Apps poseen un significado de relevancia mundial permitiéndole a los turistas acceder a la información que requieren cuando se desplazan a destinos diferentes a los de su origen bien sea por ocio, trabajo o diversión. Esto puede evidenciarse en aplicaciones que muestran lugares de alojamiento, otras que realizan reservaciones de hoteles, posadas y vuelos, así como también aquellas que reflejan información sobre empresas prestadoras de servicio relacionadas con el área de alimentos y bebidas o simplemente guías de rutas turísticas de cualquier localidad. Además, las Apps le dan un significado al turista al convertirlo en el principal protagonista de búsqueda de información capaz de seguir procedimientos basados en autoservicio y autogestión, pues se ve en la obligación de buscar, comparar y seleccionar entre diversidad de opciones cuáles son las más indicadas para cubrir sus expectativas de viaje. Desde las particularidades del significante, las Apps reflejan con su simbología y diseño un aspecto más amigable, compacto y fácil de utilizar dándole la oportunidad al usuario de acceder a la información de forma más rápida, evitando así retrasos en la solicitud de aspectos relacionados con sus intereses a nivel turístico

Palabras Clave: Aplicaciones móviles, Significado, Significante, Turismo, Información

Abstract:

This essay has aimed to explain the significance and signifier of the current Mobile Applications (Apps) for tourism considering the importance that they have to create rapprochement between the user and the information. Thus, from the point of view of tourism, the Apps have meaning of global significance allowing tourists to access the information they need when traveling to different destinations to its origin either for leisure, work or play. This can be evidenced in applications that show places of lodging, reservations performing other hotels, inns and flights, as well as those that reflect information about service companies related to the area of food and drinks or just guide any tourist routes town. Also, give a meaning Apps tourists to become the main character in search of information able to follow based on self-service and

self-management procedures, as they are obliged to search, compare and choose from variety of options which are most indicated to cover their travel expectations. Since the particularities of the signifier, the Apps reflect its symbolism and a more friendly design, compact and easy to use aspect of giving the user the opportunity to access information more quickly, thus avoiding delays in the application of aspects of their Tourist interest level.

Keywords: Mobile applications, meaning, signifier, Tourism, Information

I. Introducción

La ciencia ha evolucionado a través del tiempo utilizando técnicas y métodos para actuar en forma efectiva en la búsqueda de la verdad y la construcción del conocimiento, involucrando al ser humano como elemento activo. En este sentido y con la intención de mejorar los modos de vida de la humanidad se han elaborado invenciones para cubrir necesidades de índole personal y profesional.

Desde estas concepciones surgen las primeras ideas de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Tics), considerándose un elemento de relevancia en la sociedad actual al permitirle al hombre elevar la calidad de vida y mejorar los procesos en los cuáles participa, apoyándose de una serie de elementos de tipo intrínsecos que forman parte de la ciencia y que son fundamentales para analizar, comprender y explicar el porqué de los fenómenos que lo rodean.

Basado en éstas ideas, se encuentran las Aplicaciones móviles (Apps), consideradas en la actualidad como programas de fácil uso que pueden ser descargados a los dispositivos móviles o tabletas si se cuenta con una conexión a Internet para que el usuario haga uso de ellas en el lugar y momento que las requiera.

Desde esta perspectiva, las Apps son de relevancia a nivel turístico porque le facilitan al turista información sobre su destino, lo cual puede ser observable a través de señalizaciones gráficas, información textual o inclusive por medio de la incorporación de videos. Es por esta razón, que están desarrolladas bajo un diseño interactivo, cómodo y amigable al usuario con la finalidad de adaptarse a cualquier dispositivo móvil. Estas señalizaciones admiten darle a las Apps un significado y un significado frente al usuario.

II. Desarrollo

En el siglo XXI los países del mundo han enfrentado el reto de actuar en función de un fenómeno que ha traspasado fronteras trayendo consigo una serie de elementos desencadenantes. En este sentido, el proceso de Globalización ha traído como consecuencia que todos los países a nivel mundial estén más unidos y en continuo intercambio, sin embargo, se han visto en la necesidad de generar estrategias en función de desarrollarse a pesar de los cambios que suelen producirse a nivel económico, social, político, cultural y tecnológico.

La Globalización implica una perceptible pérdida de fronteras en el quehacer cotidiano de la economía, la información, la ecología, la técnica, los conflictos transculturales y la sociedad civil, que modifica la vida y fuerza a adaptarse y a responder a esta nueva realidad (Olavarria, 2008:73)

De lo anterior se desprende que, a raíz del proceso de Globalización se han suscitado importantes cambios alrededor del mundo cuyos orígenes se remontan en la sociedad. Los cambios son el efecto inconsciente del hombre y su cultura, por cuanto es a través de ella que la misma cambia tomando en cuenta la invención donde se pone de manifiesto los inventos - enseres, artefactos, modos de producción, entre otros como mecanismos de efectos sociales. (Alcántara y Menéndez, 1987:167)

Se evidencia entonces que, la sociedad acepta los cambios en función de mejorar su modo de vida utilizando la tecnología como herramienta esencial para este proceso, pues conoce que a través de ella suele conseguir diversos beneficios a fin de satisfacer necesidades y comodidades. En efecto, “las tecnologías por si solas no producen los cambios, pero si han hechos cambios profundos generados por la evolución de la sociedad...El conjunto de nuestra sociedad funciona según una lógica combinación en red, lo cual es positivo para los conectados y muy negativo para los desconectados” (Castells, 2002:1)

En concordancia con lo señalado, estos hechos son entendibles desde el nacimiento del Internet, el cual es considerado en la actualidad un invento sin precedentes que marcó un antes y un después en el mundo de las comunicaciones acercando al hombre hacia la información a través de la creación de la World Wide Web (WWW). Sin lugar a dudas a nivel tecnológico, se entiende que:

La influencia de Internet trasciende el número de usuarios, ya que lo que importa es la calidad de los usos de la red. Actualmente las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales de todo el planeta se están estructurando por medio de Internet. De hecho, quedar al margen de dichas redes es la forma de exclusión más grave que puede sufrir una economía y una cultura. (Guazmayán, 2004:20)

Por lo tanto, desde las experiencias de los usuarios, el Internet de la actualidad se visualiza como una forma distinta de comunicación, así como también una herramienta favorable para la investigación y la adquisición del conocimiento. El uso del Internet en las sociedades ha propagado la información para que la misma llegue a todas partes inclusive logrando que las organizaciones orienten su actuación institucional hacia una productividad basada en el conocimiento. Es así como tomando como referencia el Internet y las ventajas que puede proporcionar se señala:

Si hay una materia en la que las ciencias sociales en toda su diversidad deberán contribuir a mejorar nuestra comprensión del mundo en que vivimos, es precisamente aquella que, en el entorno académico, hemos denominado «estudios de internet». En efecto, la investigación científica nos ha develado mucho acerca de la interacción entre internet y la sociedad a partir de estudios empíricos rigurosos y metódicos llevados a cabo en una gran variedad de contextos culturales e institucionales. (Castells, 2005:10)

Desde este punto de vista, se puede evidenciar que la red de Internet se ofrece a los usuarios con la intención de fortalecer sus conocimientos, no sólo de manera individualizada sino también a través del intercambio con otras culturas, enfatizando el hecho de que es posible obtener cúmulos de información sobre diversas áreas en variedad de idiomas. Estas señalizaciones pueden evidenciarse, por ejemplo, en las organizaciones de tipo comercial que han involucrado en sus procesos nuevas estrategias basadas en el capital humano como herramienta fundamental para el desempeño de los equipos, dado que conocen que a través del conocimiento es posible alcanzar objetivos que la beneficien positivamente. Se desprende entonces que dentro del cambio organizacional se da inicio a la utilización del conocimiento no sólo como factor para hacer y realizar los procedimientos adecuados sino también en función de formar el ser que requiere el sistema organizacional.

Por lo tanto, el hombre juega un papel participativo y activo dando inicio a nuevas realidades que se combinan con la creación de bienes y servicios en función de satisfacer necesidades. Desde este aspecto, a nivel tecnológico se observa la creación de invenciones de gran relevancia a nivel mundial entre las cuales cabe destacar dispositivos

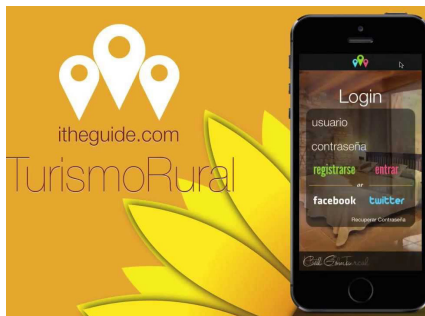
como las computadoras y los teléfonos móviles, así como softwares relacionados a las bases de datos, automatización y de aplicación móvil que ofrecen la particularidad de mejorar el tiempo de respuesta de los procesos en las áreas en las cuales son utilizados. Apoyando estas ideas, las Tics son “las herramientas computacionales e informáticas que procesan, sintetizan, recuperan y presentan información de la más variada forma” (Sánchez, 2010:1)

Es así como basado en el descubrimiento, la invención y la innovación surgen las Aplicaciones Móviles denominadas “Apps” como una alternativa de fácil acceso para los usuarios de los teléfonos móviles y tabletas. Definiéndose entonces como “un pequeño programa que se puede descargar de la Web (en muchos casos de tiendas on-line) para ser instalado en el teléfono smartphone, tableta o reproductor MP3, a través de una conexión a internet “(Arantón, 2012:44)

Cabe destacar que, estas aplicaciones poseen la particularidad de ser descargables por medio de los servicios que ofrece Internet. Por tal razón, éstas se han convertido en los últimos tiempos en una alternativa de gran versatilidad debido a la capacidad que poseen para adaptarse a cualquier teléfono inteligente o tableta que posea un sistema operativo apropiado para descargar este tipo de software. Entre algunos de los sistemas operativos suelen encontrarse Windows Phone, Blackberry, Android, IOS de Apple, entre otros.

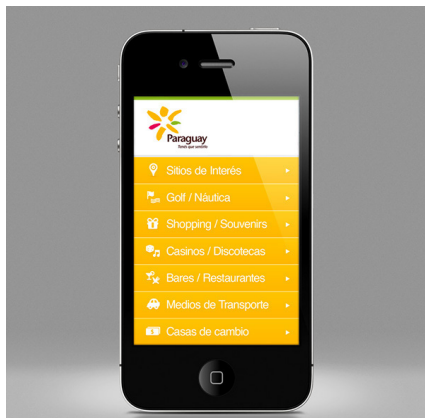
Desde el ámbito del turismo y todo su entorno, las Apps son consideradas una herramienta tecnológica indispensable para todas aquellas personas que viajan por ocio, trabajo o diversión. En el marco de estas ideas, en el presente ensayo se analiza esta tecnología realizando analogías con la Semiótica, entendiéndose que la misma corresponde a una Ciencia que se encarga de estudiar los diferentes sistemas de signos empleando dos palabras importantes de señalar como el significado y el significante.

Es así como desde el significado, para el turismo actual las Apps figuran como nuevas posibilidades de acercamiento a la información observadas por medio de la utilización de un conjunto de programas que suelen diseñarse en función de las necesidades que requiere el turista cuando visita un lugar determinado. Esto puede evidenciarse a través de aplicaciones dedicadas en mostrar los servicios ofrecidos por lugares de alojamiento como hoteles y posadas, aquellos enfocados en mostrar los servicios que



brindan los prestadores de servicio en el área de alimentos y bebidas, así como también los que ofrecen la oportunidad de reservar vuelos, y otros destinados a presentar gráficamente las rutas de cualquier localidad.

Efectivamente para el usuario acercarse a esta información automatizada es relevante pues le facilita su estadía y el acceso a cualquier lugar de interés que desee visitar siempre y cuando posea un dispositivo móvil o tableta con conexión a Internet. En este sentido, se infiere que los usuarios “deciden qué servicios turísticos le interesan y consecuentemente, qué aplicaciones desea disponer en su dispositivo móvil eligiendo cuándo, cómo y dónde consume el servicio” (Sánchez, Dávila, López 2012:409)



En función de lo anteriormente señalado, las Apps figuran ante el usuario como herramientas de acceso rápido y en tiempo real. Esto se traduce en que se puede obtener la información necesaria las veint y cuatro (24) horas del día sin importar el lugar. En consecuencia, el turista se convierte en el principal protagonista de búsqueda de información caracterizado por seguir procedimientos basados en autoservicio y autogestión, pues se ve en la obligación de buscar, comparar y seleccionar entre diversidad de opciones cuáles son las más indicadas para cubrir sus expectativas de viaje.



Desde un estado signficante, las Apps caracterizan con su simbología un diseño basado en una estructura jerárquica, sintetizada y visualmente atractiva. Este diseño hace de las Apps un programa más cómodo de utilizar e inclusive de interactuar con otros usuarios. Por esta razón, en el desarrollo de las mismas los profesionales de software analizan las necesidades de cómo presentar la información de manera más fácil y sencilla. Para ello recurren a las pantallas basadas en contenido, en vista de navegación, pestañas fijas y al mismo tiempo suelen apoyarse en investigaciones de tipo teórica para darle sentido a los fondos y figuras de las pantallas. Entre estas teorías se encuentra, por ejemplo, la teoría de Gestalt.

En función de explicar de qué se trata esta teoría, es importante comentar que hizo su aparición a principios del siglo XX a través de las investigaciones de los científicos Max Wertheimer, Wolfgang Köhler y KurtKoffka, de origen Alemán. Su idea principal parte de explicar cómo el cerebro del ser humano percibe elementos a través de gestalts o totalidades permitiendo ver elementos de un contexto como un todo, dándole menor significancia a sus partes, sin embargo considera que éstas son elementos sustanciales para comprender el contexto. De allí resulta importante mencionar el isomorfismo, pues se piensa en función de lo que se percibe. En este sentido, se establece:

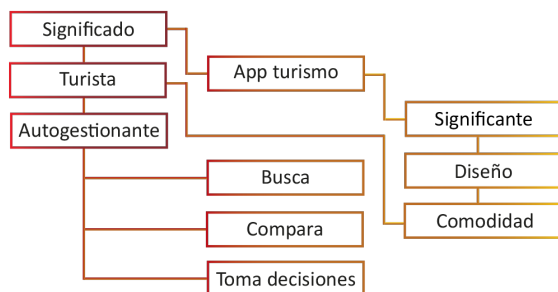
El cerebro transforma lo percibido en algo nuevo, algo creado a partir de los elementos que percibe para hacerlo coherente aún pagando a veces el precio de la inexactitud. Así, las tareas del cerebro consisten en localizar contornos y separar objetos (figura y fondo) unir o agrupar elementos (similaridad, continuidad, destino común) en comparar características de uno con otro (contraste - similaridad) en destacar lo importante de lo accesorio (figura y fondo) en rellenar huecos en la imagen percibida para que sea íntegra y coherente (Ley de cierre). (Leone, 2011:1)

De lo anterior se desprende que dentro de las Leyes de la Gestalt se encuentra el “principio general de figura y fondo” interpretándose que el cerebro logra captar y darle sentido a la figura siempre y cuando exista un contraste con respecto a su fondo. La figura es un elemento que existe en un espacio y el fondo todo lo que no se considera figura. (Leone, 2011:2).

Se entiende entonces que, en la Teoría de Gestalt estos elementos se comprenden como un todo, la figura no es relevante sino existe un fondo que la enmarque. El fondo le da sentido a la figura, la hace resaltar a la vista del ser humano y por ende darle un significado coherente con la realidad.

En consecuencia, el principio de figura y fondo de las Leyes de la Gestalt revela la importancia del conocimiento científico para el diseño de las Apps porque efectivamente los fondos de las pantallas de estos programas deben contrastar con respecto a la tipografía y las imágenes usadas a fin de lograr que el usuario perciba la información como un todo respetando su interpretación cognitiva.

En el Gráfico 1 se muestra la interpretación de las Apps para el Turismo desde el Significado y el Significante:



III. Conclusiones

Evidentemente los tiempos han cambiado y la tecnología continúa evolucionando contribuyendo al desarrollo de los individuos en diversas áreas. En este sentido, la sociedad actual en su afán por mejorar su calidad de vida se ha encaminado hacia la curiosidad, el descubrimiento y la experimentación creando bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.

Es así como en este marco de ideas se han generado los softwares de aplicaciones para ser adaptados a los teléfonos inteligentes y tabletas creando nuevas oportunidades de acercamiento a una extensa gama de programas que facilitan las actividades diarias de los usuarios trayendo como consecuencia que se considere una herramienta fundamental para el acceso de la información desde los dispositivos donde se incorporen.

Por lo tanto, esta característica le atribuye un significado y significante a las Apps para el turismo actual. Desde este ámbito, el significado de las Apps se le atribuye directamente sobre los usuarios, en la capacidad que poseen por encontrar información a través de la utilización de estos programas, y por otra parte, porque los convierte en autogestionantes capaces de buscar, comparar, analizar y tomar decisiones en función de satisfacer las necesidades de alojamiento, alimento, transporte u otras que requieren cuando se alejan de su sitio de origen, convirtiéndose en programadores de su propio destino turístico. Esto implica que las Apps significan para el turista de la actualidad una herramienta accesible de la información.

Por otra parte, desde el significante de las Apps se revela la importancia que poseen los diseños basados en figuras y fondos para los procesos cognitivos del ser humano. Esto conlleva a la idea de que a través de estos procesos es posible interpretar el todo partiendo de las partes que integran una aplicación tecnológica. Entendiéndose, que estas particularidades son transparentes para el usuario porque no son necesarias para el manejo de las aplicaciones, pero si son relevantes porque ayudan a explicar los fenómenos inherentes que involucran al ser humano, situando de manifiesto la investigación y el conocimiento.

En efecto, la Ciencia continúa explicando los fenómenos que circundan a las sociedades, valiéndose de un conjunto de técnicas, métodos, estrategias y el uso de la tecnología para realizar las comprobaciones adecuadas. Se entiende entonces que, la tecnología ha llegado para apoyar a la Ciencia en su evolución pero también para satisfacer las necesidades y comodidades de la humanidad, a nivel mundial.

Referencias

Alcántara, J. y Menéndez, A. (1987). Hombre y Sociedad.

Recuperado de: <http://books.google.es/books?id=MFoIUepqYzWC&pg=PA167&dq=efecto+de+los+cambios+en+el+hombre&hl=es&sa=X&ei=UDnuT-LIE5KO8wSHw5irDQ&sqi=2&ved=0CFcQ6AEwBw#v=onepage&q=efecto%20de%20los%20cambios%20en%20el%20hombre&f=false>

Arantón, L. (2012). Web 2.0 y Aplicaciones móviles.

Recuperado de: [file:///C:/Users/Ana/Downloads/Dialnet-Web20YAplicacionesMovilesApp-4175793%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Ana/Downloads/Dialnet-Web20YAplicacionesMovilesApp-4175793%20(1).pdf)

Castells, M. (2002). El impacto del Internet en la Sociedad.

Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>

Castells, M. (2005). La Globalización actual es asimétrica y favorece a ciertos grupos de interés y ciertos valores.

Recuperado de: http://www.archivochile.com/Chile_actual/20_tras_interna/chact_trasintern0018.pdf

Guazmayán, C. (2004). Internet y la Investigación Científica: El uso de los medios y las nuevas tecnologías en la Educación.

Recuperado de: <https://books.google.co.ve/books?id=eqFBToIXw9MC&pg=PA20&dq=influencia+de+la+world+wide+web+en+la+sociedad&hl=es&sa=X&ei=-27RVOvBDYqygSzlIOoCQ&ved=0CCwQ6AEwAw#v=onepage&q=influencia%20de%20la%20world%20wide%20web%20en%20la%20sociedad&f=false>

Leone, G. (2011). Leyes de la Gestalt.

Recuperado de: <http://www.guillermoleone.com.ar/LEYES%20DE%20LA%20GESTALT.pdf>

Olavarría, J. (2008). Las Corporaciones transnacionales y la producción de productores.

Recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:YVK1ZfeWgKoJ:nuso.org/articulo/las-corporaciones-transnacionales-y-la-produccion-de-productores/%3Fpage%3D1+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

Sánchez, J. (2010). Qué son las Tics.

Recuperado de: <http://webdelprofesor.ula.ve/ciencias/sanrey/tics.pdf>

Sánchez, M., Dávila, M. y López, D. (2012). M-Tourism: las apps en el sector turístico

Recuperado de: http://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/acta_de_congreso.pdf

Referencias Fotográficas

Peña Castañeda, Camilo (2013). Colombia.travel la nueva app de Turismo en Colombia.

Imagen tomada de: <https://dituristico.wordpress.com/2013/03/06/aplicacion-turismo-colombia-travel/>

Macron, Robert (2013) App Turismo Rural - iTheGuide - ¿Te gusta el Turismo Rural?

Imagen tomada de: <https://www.youtube.com/watch?v=XHnCR9rf4i4>

Cáceres, Daniel (2014) Aplicaciones Ciudadanas (OLD)

Imagen tomada de: <https://www.senatics.gov.py/servicios-senatics/aplicaciones-en-linea/aplicaciones-en-linea-old>

La Etnografía: Una metodología al servicio de la investigación turística



Resumen

La etnografía es un método perteneciente a la antropología, aplicado con el objetivo de adentrarse en el estudio de una comunidad, y alcanzar una comprensión global de la misma. Permite al Investigador, es decir al etnógrafo, un contacto directo con la comunidad a estudiar durante un periodo de tiempo, a partir de una interacción fluida en el diario acontecer de esa comunidad, para acceder a los datos que lo conduzcan a la disección de la realidad en sus componentes constitutivos.

Palabras Claves: etnografía, investigación, metodología y turismo.

La etnografía es un proceso de mediación de marcos de significado. Giddens, citado por Agar (1988: 122).

I. La etnografía

Aunque las ciencias sociales han mirado la realidad y sus fenómenos desde la lente de distintas perspectivas teóricas y metodológicas, durante décadas se apreció un dominio casi total de los métodos cuantitativos y del punto de vista de Occidente, lo cual, en tiempos recientes ha motivado la irrupción de los métodos cualitativos con un protagonismo sostenido, y del reconocimiento de la opinión propia de las comunidades tradicionales que no necesariamente se identifican con esa otra mirada.

La etnografía es uno de esos métodos y como otros ha experimentado cambios en lo metodológico o en lo teórico, transformaciones que serán objeto de exposición en las siguientes páginas, con el fin de presentar una síntesis de su historia, hasta llegar a la propuesta de etnografía que pretendemos explorar en el presente ensayo, recorrido que juzgamos primordial cometer dada la importancia que tiene a los fines del presente estudio.

La acepción más difundida de etnografía es la que la define como “el estudio descriptivo de la cultura de una comunidad, o de alguno de sus aspectos fundamentales, bajo la perspectiva de comprensión global de la misma” (Aguirre, 1995: 3). La etnografía es un método que admite al investigador, es decir al etnógrafo, un contacto directo con la co-

unidad a estudiar durante un periodo de tiempo, permitiendo una interacción fluida en el diario acontecer de esa comunidad, para acceder a los datos que lo conduzcan a la comprensión de la misma, diseccionando la realidad en sus componentes constituyentes.

Entre las múltiples interpretaciones teóricas que ha experimentado la etnografía en su devenir, se comparte en el presente, la planteada por Agar (1998: 136), uno de los exponentes de la llamada nueva etnografía, quien la define como “un tratar de tender puentes entre tradiciones distintas”. Esto supone un cambio entre la concepción tradicional del objetivo descriptivo de la etnografía, que planteaba cierta separación del observador con la realidad en la búsqueda de una pretendida objetividad; ahora se plantea como nueva idea la conexión entre el yo-investigador y el otro-informante.

II. Historia de un Método de la Investigación Cualitativa

Los orígenes de la denominación etnografía, se remontan al alba del siglo XIX en Europa, en el marco de los cursos impartidos por B. G. Nieburh en la Universidad de Berlín; a partir de allí el vocablo comienza aparecer recurrentemente en los títulos de obras relevantes que perseguían la descripción de otras etnias diferentes a los principales colectivos europeos, estos últimos, siempre asociados a importantes centros urbanos (Gómez, 1995: 21).

Pero esta predilección de describir a otros pueblos por razones de curiosidad o exotismo, tal como lo refleja Gómez (Ídem), se asoma en la historia de la humanidad desde la antigua Grecia, ya en el siglo V a.C., con las descripciones de Herodoto sobre lo que observó durante sus célebres viajes, así como con las reflexiones del origen de las sociedades contenidas en las obras de Platón y Aristóteles, curiosidad influida por el choque cultural derivado del contacto con comunidades foráneas en el transcurso de viajes de intercambio comercial y las sucesivas colonizaciones en el Mediterráneo. En la Roma Imperial, los escritores también recogieron en sus textos testimonios de interés etnográfico, como fue el caso de Estrabón o el de Tácito, quienes ya se valían de la técnica de compilar y comentar informes producidos por viajeros, militares y funcionarios (Ídem).

Durante la Edad Media se observan dos etapas; la primera, comprendida aproximadamente entre los siglos V y X D.C., es caracterizada por la ausencia de relatos de viajeros, debido a una tendencia o predilección en el cultivo de obras de marcado carácter teocrático y europocéntrico, es decir con énfasis en lo político y religioso, y en la cultura europea, más que en otros pueblos. La segunda etapa, por el contrario, a partir del año 1000

D.C., presenta un nuevo género etnográfico colmado de exotismo, y con la destacada participación de autores identificados con espacios o componentes culturales distintos a lo europeo; reflejo de ello son los relatos de Marco Polo, pionero en las descripciones de las culturas asiáticas a lo largo de la Ruta de la Seda, o de los árabes Ben Batuta y Ibn Khaldoun, que se ocupan de los pueblos asociados a la expansión del Islam, descripciones que anteceden a la etnografía moderna (Ibíd.: 25)

Durante el Renacimiento continúan los encuentros interculturales, estos con una importante influencia ulterior, hasta nuestro tiempo, destacándose la diáspora bizantina a Europa, impulsada por las invasiones turcas, y más tardíamente –justo en el cierre del siglo XV- por el llamado “descubrimiento de América”. La colonización americana generó una vasta producción etnográfica que contó con destacados representantes como Bernal Díaz del Castillo, Alvar Núñez, Fray Bernardino de Sahagún, José Acosta, Gonzalo Fernández de Oviedo, o Bartolomé de las Casas, entre otros, quienes visitaron y recorrieron estas tierras con la intención de señalar en sus textos todo lo observado, aunque siempre sus escritos estuvieron matizados por la intervención del etnocentrismo, al tomar como referente su cultura de origen (Perera, 1993: 19).

Según Gómez (1995: 28), en el siglo XVIII o siglo de la Ilustración, se estimularon las conjeturas, la comprobación, el comparativismo y la búsqueda de paralelismos. Estudiosos como J. F. Lafitau, Jhon Locke, François Marie Atouet mejor conocido como Voltaire, y Charles-Louis de Montesquieu, elaboraron publicaciones etnográficas sobre la base de relatos de viajeros -militares, misioneros o comerciantes-, pero sin verificar directamente en el terreno las elucubraciones redactadas. Otros autores hicieron sus estudios etnográficos – más exactamente como se les denominaba entonces, “corográficos”, esto es “de la descripción de las tierras” vistas- basados en sus observaciones directamente en el campo; para el caso venezolano destacan misioneros como José Gumilla, Felipe Salvador Gilij y Juan Rivero, quienes, en su afán de guiar a sus sucesores en la obra doctrinera, procuraron preparar obras que sintetizan no solo las características físicas de las provincias a donde fueron asignados sino también los usos y costumbres de sus habitantes. Se reconoce como un mérito de la Ilustración, “la sistematización del corpus etnográfico conocido hasta el momento, el cual se hallaba disperso” (Gómez, 1995: 30), además de establecer relaciones entre las descripciones y las conclusiones.

Sigue el siglo XIX, protagonizado por naturalistas y destacados académicos, por corrientes como el evolucionismo, representada en las figuras de Charles Robert Darwin, Lewis Henry Morgan, o Edward Burnett Tylor, centuria que, en el desarrollo histórico de la

etnografía, es definida como el momento en el cual “los teóricos se iniciaron en el camino de abandonar la práctica de tomar prestados de otros autores los relatos etnográficos” (Ibíd.: 33). Estos avances permitieron que la etnografía ingresara a los ámbitos académicos, y se convirtiera en un oficio de profesionales y no de curiosos, quienes tienen como guía hipótesis previas acompañadas de una teoría antropológica (Ídem). En el caso del evolucionismo, surge a finales del siglo XIX, con ideas propias de las ciencias biológicas y físicas, y bajo el método comparativo. Los evolucionistas proponían que las sociedades debían pasar por sucesivos estadios de desarrollo unilineal, lo cual, según ellos, eran secuencias fijas que se repiten en las distintas culturas, y en cuyos grados más elevados estaban los imperios europeos de ese tiempo (Harris, 1979: 147).

No eran casuales los avances; este siglo se caracteriza por una intención sostenida del continente europeo de enviar a sus investigadores antropólogos a territorios foráneos codiciados por las grandes potencias, habitados por pueblos exóticos para el viejo mundo, con el objetivo de conocer sus costumbres y formas de vida, lo que permitiría un mayor control y una mejor administración en esas tierras a colonizar o que ya venían siendo colonizadas siglos antes, dominio que era justificado en gran medida por los alcances políticos de las corrientes teóricas del momento: según estas correspondía a esas grandes potencias europeas imponer un orden necesario en esas otras sociedades consideradas inferiores o atrasadas.

A partir de entonces se puede señalar los comienzos de una etnografía científica, sujeta a esa y otras teorías o corrientes que surgen desde la antropología. Siguió en influencia teórica el difusionismo, que se origina a finales del XIX en la Escuela de Viena y cuyos principales exponentes son Alfred Louis Kroeber, Wilhelm Schmidt y Clark Wissler. Dichos teóricos crean una suerte de evolucionismo multilateral, marcado por un matiz ecologicista. Para los difusionistas existían muchos focos de evolución, estimulados y diferenciados por las características del medio ambiente en donde se desarrollaban las comunidades, de los cuales podían irradiarse elementos a otras sociedades. En relación a lo etnográfico, condujo a la obtención de buena cantidad de información y a la incorporación del elemento migración como factor determinante del intercambio de los rasgos culturales (Harris, 1979: 149)

A comienzos del siglo XX se populariza el particularismo histórico, cuyo máximo exponente es Franz Boas, de la escuela norteamericana pero de formación etnográfica europea, corriente que plantea críticas a ese determinismo geográfico, y la cual propone el carácter empírico de la antropología, “a partir de la minuciosa etnografía, basada en

la observación directa y recogida de datos” (Gómez. 1995: 35). Además estaba el funcionalismo, que hizo que el rigor descriptivo en la etnografía se profundizara y formalizara aún más, gracias a la propuesta de Bronislaw Malinowsky de crear una nueva forma de trabajo de campo, que ha sido considerada “un intento empirista (...) que pretendía convertir a la Antropología en una disciplina científica” (Lischetti, 1997: 123). Se planteaba ahora, más claramente, abandonar o reducir el trabajo de gabinete y la sujeción al análisis de datos de origen secundarios – surgidos de los informes de misioneros y viajeros, entre otros funcionarios o autoridades- para exigirle al investigador la permanencia y el contacto directo, usualmente por largos periodos de tiempo con el grupo a estudiar.

A partir de ese momento, en el proceso de la investigación etnográfica se hace más importante la aplicación de reglas y principios teóricos que orienten las observaciones e interpretaciones, además de una excelente preparación con anterioridad, procurándose rechazar las ideas prejuizadas sobre las características de la comunidad. El principal objetivo de esta forma de trabajo de campo “es la observación participante caracterizada por una permisividad en el intercambio, una cercanía psicológica” (Anguera, 1995: 73), la cual, se registra en un diario de campo etnográfico y luego se expresa bajo la forma de una monografía descriptiva, que permita la comprensión de la sociedad estudiada.

Esta propuesta revolucionaria de trabajo de campo basada en la técnica de observación participante requería de tres principios metodológicos claves: primero debe “albergar propósitos científicos y conocer las normas (y/o) criterios de la etnografía moderna, segundo colocarse en buenas condiciones para su trabajo (...) Por último, (...) utilizar cierto número de métodos precisos en orden y recoger, manejar y establecer sus pruebas” (Malinowsky citado por Lischetti, 1997: 129). Por medio de la implementación de estos tres parámetros descritos, el método persigue la observación al detalle de toda la vida de la comunidad estudiada, la recolección de una vasta compilación de datos que ulteriormente serán organizados y analizados para la comprensión de la realidad estudiada. El resultado podía expresarse bajo la forma de artículos y monografías, en las que se refleja de forma ordenada y específica la realidad de lo que se observó en el campo.

En lo concerniente al trabajo de campo, se han propuesto distintos acercamientos interpretativos. Uno lo justifica con el fin de “dar un esquema claro y coherente de la estructura social y destacar (...) las leyes y normas que todo fenómeno cultural conlleva” (Malinowsky, 1973: 28), para permitir, por medio de las descripciones, un acercamiento al

entramado que sostiene y fundamenta una cultura. En Rabinow (1992: 26, 52) el trabajo de campo “es un tipo específico de actividad cultural (...) que define la disciplina (antropológica) (...) Es una dialéctica entre la reflexión y la inmediatez. Ambas (...) construcciones culturales”. También se la ha definido, más sencillamente como “la experiencia a partir de la cual se organiza la ciencia etnológica” (Panoff, 1975: 79).

El trabajo de campo es -en definitiva- la práctica de observación en el lugar de estudio, en donde se deben pasar algunas temporadas conviviendo entre lo trivial y lo relevante, ambos extremos de una inmensa gama de situaciones naturales en el devenir de cualquier pueblo o cultura. Es una actividad esencial en el desarrollo del quehacer antropológico, por lo que corresponde ser vivenciada a lo largo del itinerario científico, comenzando desde el antropólogo principiante hasta el antropólogo experimentado, porque esta no es una labor que debería asignarse a terceros.

La observación participante “es una interrelación entre observador y observado” (Anguera, 1995: 77), un acercamiento que permite la relación, la desnudez de ambos participantes; es una “forma consciente y sistemática de compartir, en todo lo que permitan las circunstancias, las actividades de la vida, y en ocasiones, los intereses y afectos de un grupo de personas” (Kluckholm citado por Anguera, 1995: 77), con el objetivo de obtener datos que permitan la comprensión de la realidad que se está estudiando por medio de la participación del investigador en el diario vivir de la gente.

Luego de cumplirse con algunas temporadas -recurrentes o esporádicas dependiendo del objetivo y alcances de la investigación- en la práctica de la observación participante, lo siguiente es proceder con un distanciamiento del lugar de investigación, para -ahora sí- hacer el análisis de los datos y la posterior redacción de la monografía, que “... podrá adornársela con toda la literatura que se quiera, pero al final tiene que reflejar la verdad reconocible” (Aguirre, 1995: 18), que vendría a ser la realidad por escrito de lo observado directamente en las comunidades. Es en ese momento de la redacción del texto final, el punto en el que nace la disyuntiva entre la forma clásica de escribir las etnografías -en forma descriptiva- y las nuevas propuestas de textualización de la “nueva etnografía”.

En los años sesenta surge la antropología simbólica, la cual deviene en los setenta con el nuevo nombre de antropología interpretativa, una corriente que busca “conocer lo social a través de la hermenéutica, la fenomenología, la semiótica y la crítica literaria” (Lische-

tti, 1997: 176). Uno de los representantes es Clifford Geertz, quien busca el significado de los símbolos, que él concibe como los hilos que forman el tejido de la cultura. Los interpretativos proponen que la cultura es un texto a ser leído e interpretado. Posteriormente, debido a la crisis en las políticas neoconservadoras y neoliberales, que buscan reestructurar los estados nacionales hacia lo imperioso del capital (Ibíd.: 175), se presenta el discurso pos moderno, que proclama el fin de la historia, de las ideologías, del progreso y la muerte del sujeto.

La antropología postmoderna, surgida en este contexto, destaca la subjetividad de la experiencia etnográfica y en consecuencia señala la necesidad de una diferente etnografía, en el sentido de hacer efectiva una negociación constructiva que involucra a dos o más sujetos conscientes y políticamente significantes (Ruano, s.f.). Los teóricos pos-modernos de la antropología son entre otros, James Clifford, Clifford Geertz, Paúl Rabinow, Michael Agar, Vicent Crapanzano, Stephen Tyler, Dennis Tedlock, Renato Rosaldo y Michael Taussing, en cuyas disertaciones se pueden observar diferentes planteamientos con respecto a la etnografía, sin que esto signifique que no hayan puntos coincidentes. Se podría decir que la mayoría de dichos teóricos no rechazan el trabajo de campo o la observación participante, sin embargo, plantean como novedad incorporar la literatura como recurso en los textos etnográficos (Reynoso 1988: 28).

El abordaje literario se da bajo distintos enfoques. Para Clifford la escritura etnográfica “deviene en alegoría merced a dos niveles. Uno por el contenido; otro, por la forma” (Ibíd.: 152). Según el autor, en las textualizaciones, por su propia naturaleza de lo escrito, está impedida la representación, la posibilidad de volver a mostrar lo vivido en el campo, por lo cual a la experiencia del papel, de la escritura solo le corresponde lo simbólico, lo figurado y lo metafórico. En Geertz (1992: 21) la etnografía es un “esfuerzo intelectual: una especulación elaborada en términos de (...) Gilbert Ryle, descripción densa”, un detallado exhaustivo de lo que se muestra, “... una descripción de lo dado en cuanto nos revela todo lo implícito en el mundo real” (Rodríguez, 1993: 73), es un presentar en plenitud lo evidenciado en la realidad. Esto supone una diferencia importante con lo que se planteaba anteriormente, ya que el etnógrafo clásico procura la descripción de los rasgos íntimos de la comunidad o cultura estudiada, viéndose a sí mismo como un ser imparcial y desprejuiciado, quien por medio de la presentación de datos en forma concreta, sinóptica y tabulada, muestra la fidelidad de lo observado e interrogado en el trabajo de campo (Malinowski 1973: 32-33).

En estas tendencias postmodernas la etnografía "... es un documento histórico y auto-consciente, en el que se reconoce la posibilidad de múltiples audiencias y la relevancia de varios posibles discursos" (Cátedra, 1992: 9). Según los postmodernos, surgirá tanta diversidad de etnografías como grupos receptores expectantes existan, permitiendo la posibilidad de abrir el abanico discursivo. Para Agar (1988: 122) la etnografía es "... una función de las diferentes tradiciones del etnógrafo, los grupos estudiados y las audiencias previstas". La propuesta de estas formas de escritura etnográfica se encamina hacia un sincerarse, un reconocimiento a la intervención de distintos componentes, que van permeando el cubrimiento de la textualización, entendida como un "prerrequisito de la interpretación, (una) constitución de las <expresiones fijas>" (Dilthey, citado por Clifford, 1988: 156), que funge como elemento contextualizador y envolvente de la etnografía.

Crapanzano (1991: 91) opina que la etnografía es "... una aproximación a los significados de otras lenguas", actúa como instrumento conector hacia la otredad. En Tyler (1991: 184) la etnografía es "... evocación (...) un modo discursivo superordenatorio que relativiza otros discursos y en el cual encuentran significado y justificación", una etnografía trascendente que se sobrepone a la representación, para colmar las ausencias con lo estético, poético y transformador en la escritura. Finalmente, para Tedlock la etnografía es "... dialógica, (pues) se basa necesariamente en un ámbito de intersubjetividad", de intercambio entre dos o más participantes" (1988: 39).

La propuesta de esa nueva etnografía, surgida casi cincuenta años atrás, con los nexos entre literatura y descripción etnográfica, persigue que "se amalgamen las fronteras de lo artístico y de lo científico" (Reynoso, 1988: 29). En esa unión de contrarios, se emplean elementos decorativos en las presentaciones objetivas de los trabajos etnográficos, con el fin de permitir a la etnografía y a los antropólogos frescos estilos expresivos (ídem). En esencia, para dicho autor, se procura dar "una visión distinta (...) una renovación de la escritura etnográfica" (Ibíd.: 54, 58), para emprender nuevos escenarios en el abordaje de las realidades que se estiman estudiar y comprender.

III. Una Metodología al Servicio de la investigación turística

La etnografía es una práctica metodológica, la cual, permite sumergirse en la esencia de una comunidad, y considerando que la base fundamental de la investigación turística son las comunidades, se considera de suma importancia el conocimiento, manejo

y aplicación de ésta herramienta para los funcionarios, servidores públicos, docentes e investigadores, comprometidos en el trabajo con y para la población del ámbito turístico. El método etnográfico permite con la observación-participante en la realidad de una comunidad con potencialidad turística, el levantamiento de un diagnóstico que refleje la realidad observada, para plasmarlo en la sistematización de experiencias, con la mirada emic de la comunidad, y alcanzar la aplicación de políticas gubernamentales pertinentes, nacidas de la interlocución con las personas de las poblaciones abordadas, que contribuya al fortalecimiento del turismo como actividad social, aportando a la nación el desarrollo comunitario sustentable y sostenible.

Referencias

AGAR, Michael. (1988) “Hacia un lenguaje etnográfico”. En: El Surgimiento de la Antropología Posmoderna. pp. 117-137. C. Geertz, J. Clifford y otros. Gedisa. Barcelona.

Aguirre B, Angel. (1995). Etnografía. Metodología cualitativa de la investigación sociocultural. Alfaomega. Barcelona.

Anguera, María. (1995). “La observación participante”. En: Etnografía. Metodología cualitativa de la investigación sociocultural. pp. 73-83. Ángel Aguirre Baztán (Ed.). Alfaomega. Barcelona.

Arfuch, Leonor. (1995). La entrevista, una invención dialógica. Paidós. Barcelona.

Bajtín, M. (1997). “Estética de la Creación Verbal”. Siglo Veintiuno. México.

Bartolomé, Miguel Alberto. (2003). “En defensa de la etnografía. Aspectos contemporáneos de la investigación intercultural”. En: Antropológica. pp. 43-71. Año XXI. N° 21. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. 222.

Cátedra, María. (2003). “Prólogo a la edición española”. En: Reflexiones de un trabajo de Campo en Marruecos. pp. 9-18. Paúl Rabinow. Júcar Universidad. Madrid.

Clifford, James. (1988). “Sobre la autoridad etnográfica” En: El Surgimiento de la Antropología Posmoderna. Pp. 141-161. C. Geertz, J. Clifford y otros. Gedisa. Barcelona.

Clifford, James. (1991). “Introducción: Verdades Parciales”. En: Retóricas de la Antropología. Clifford, J. Y Marcus, G. E. (Eds.). Júcar Universidad. Madrid.

Clifford, J. y Marcus, G. E (1991). “Retóricas de la Antropología”. Júcar Universidad. Madrid.

Crapanzano, Vicent. (1991). “El dilema de Hermes: La máscara de la subversión en las descripciones etnográficas” En: Retóricas de la Antropología. Pp. 91-122. J. Clifford y G. Marcus (Eds.). Júcar Universidad. Madrid.

Encarta. (2004). Versión Digital.

Geertz, Clifford.(1992). La Interpretación de la Cultura. Gedisa. Barcelona.

Geertz, C. y Clifford, J. (1992). El Surgimiento de la Antropología Posmoderna. Gedisa. Barcelona.

Gómez, Francisco. (1992). El Concepto de Autor en Majail Bajtín. Universidad de Los Andes. Mérida. GOMÉZ P., Eloy. 1995. “La evolución del concepto de etnografía”. En: Etnografía. Metodología cualitativa de la investigación sociocultural. pp. 21-46. Ángel Aguirre Baztán (Ed.). Alfaomega. Barcelona.

Hammersley, M. y Atkinson, P. (2001). Etnografía. Métodos de Investigación. Paidós. Barcelona.

Lischetti, Mirtha . (1997). Antropológica. Eudeba. Buenos Aires.

Malinowski, Bronislaw. (1973). Los Argonautas del Pacífico Occidental. Ediciones Peninsula. Barcelona.

Mauss, Marcel. (1974). Introducción a la Etnografía. Istmo. Madrid.

Palacio, Martha. (1974). “Dialógica: antagonismos solidarios y tolerantes”. En: Cuadernos de Filosofía Latinoamericana. pp. 79-84. N° 72-73. Universidad Santo Tomás. Bogotá.

Panoff, Michael y Francois. (1975). “¿Para qué sirve la etnografía?”. En: La Antropología Como Ciencia. pp. 15-23. LLOBERA, José (comp.). Anagrama. Barcelona.

Reynoso, Carlos. (1988). “Presentación”. En: El Surgimiento de la Antropología Posmoderna. pp. 11-60. C. Geertz, J. Clifford y otros (comp.). Gedisa. Barcelona.

RUANO, Leticia. S/F. “De la construcción de los otros por nosotros a la construcción del nos-otros”. En: www.etnografiadialógik.htm.

Tedlock, Dennis . (1988). The Dialogic Emergence of Culture. University of Illinois Press. Illia

Hacia un modelo proactivo de salud
y una forma saludable de promoción turística



Hacia un modelo proactivo de salud y una forma saludable de promoción turística

Resumen

Autora
Hernández Ramírez, Eleicy
eleicy@yahoo.com

Debido a que existe poca información del tema de turismo de en salud, se decidió realizar una investigación referente a lo importante que llega a resultar el desarrollo de una forma saludable de promocionar el turismo en Mérida Venezuela; quizás hay muchos aspectos estudiados pero una mayoría de las personas lo desconocen y es debido a la falta de difusión y publicación de artículos e investigación relacionados al turismo, la salud y la educación como conceptos que interactúan; ya sea en conjunto o por separado para incidir y cumplir un rol fundamental en desarrollo del bienestar y la economía social; la salud no representa solo un indicador del desarrollo humano, sino también un recurso para incentivar el crecimiento económico sustentable, si mejoramos la calidad en la prestación de los servicios de turismo, se satisface al usuario, y hace más productivo y competitivo el mercado; en este contexto se plantea darle un enfoque más amplio al turismo de salud en las instituciones educativas, haciendo énfasis en la educación con medidas preventiva, de promoción de salud al turista, y la inserción de cátedras destinadas al modelo de atención.

Palabras claves: Salud, turismo, interactúan, promoción, prevención, desarrollo económico, bienestar.

I. Introducción

Sin duda el capital intelectual de un país constituye una de sus principales riquezas (Barnett, 1992). Por ello, el desarrollo del conocimiento científico en las universidades es considerado una de sus funciones esenciales en la sociedad (Fernández, 2001). Debido varias propuestas para incentivar el desarrollo de conceptos, teorías que se adapten a las necesidades de las disciplinas del turismo; dando un valor fundamental a los saberes, culturas de la sociedad, como principal herramienta en el bienestar y desarrollo endógeno; buscando a través del intercambio de ideas inter y transdisciplinarias; una visión más crítica sobre, por ejemplo, el ecoturismo y su relación con la salud (medidas de promoción y prevención de la salud), y presentándolo como ciencia de investigación en la formación académica de nuestra institución, para que sea un estímulo de interés para grupos de investigadores de producción de conocimiento y profesionales relacionados con la salud y estudiantes de hotelería y turismo en Mérida.

Es importante fomentar una cultura turística y científica que permita conocer, compartir y valorar el origen, las costumbres, la sabiduría de un pueblo como base; donde los saberes se apoderen de los ciudadanos y de la sostenibilidad como un todo, que va desde lo ambiental, pasa por lo social y culmina en lo económico, proporcionando salud y bienestar a la población. El fundamento de esta modalidad turística de salud, es una articulación entre la comunidad, el sector educativo, de salud y las redes productivas, en la búsqueda de la conservación y desarrollo de actividades turísticas de calidad, a través de un nuevo modelo que atienda las necesidades sociales, económicas, ambientales, culturales y el bienestar de cada región.

El Sistema Nacional de Turismo Social surge como respuesta a la necesidad de acceder al derecho a la recreación, al esparcimiento que permite aliviar el cansancio y estrés, la búsqueda del equilibrio social, ambiental y cultural, lleva sin lugar a dudas a tener personas con mejores estándares de bienestar. A raíz de lo planteado han surgido reformas, en la legislación venezolana y la creación de nuevos organismos como el Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales (INPSASEL) que garantizan el cumplimiento de la política nacional en materia de promoción, prevención, atención de la salud y la seguridad laboral de las condiciones de trabajo a todos los trabajadores y trabajadoras. Pero también se han producido grandes e importantes mejoras entre las cuales se destaca la creación e implantación de los programas de recreación, utilización del tiempo libre y turismo social para los trabajadores dentro de sus empresas como herramienta fundamental para mejorar de manera integral su calidad de vida de sus trabajadores y aumentan la capacidad de productividad y ganancias en el sector.

II. Desarrollo

Este ensayo busca exponer un campo emergente de apropiación y generación de conocimiento, para el servicio de un bien común como lo es la salud. En este sentido, es meritorio el replanteamiento de las estrategias y procedimientos que inciden, en la oferta de los servicios al turista; debido que el área de turismo ha ido cobrando importancia en los aspectos relacionados con la competitividad y sostenibilidad de la calidad del turismo en salud; es fundamental optimizar los beneficios del turismo en los usuarios y mejor formación de los prestadores del servicio, que deberían contar desde una competencia lingüística mínima, hasta servicios de transporte y seguro, pasando por un curso básico de primeros auxilios, para actuar de manera conveniente

en caso de urgencia. Esta preparación debe aprovecharse para capacitar a los encargados de brindar servicios orientación a los viajeros tanto con inmunizaciones y medicamentos, pero también sobre comportamientos a seguir para evitar los riesgos de salud, sin que esto ocasione alarma, o bien que predisponga negativamente al turista, sino por el contrario, considerándose éstos como elementos beneficiosos y complementarios de atención de calidad al turista.

El modelo tradicional sol playa presenta cierto estancamiento, lo que nos ha llevado presentar un enfoque de mayor diversidad, dando a conocer al turista, el legado cultural, artístico, la música, pintura, artesanía, folklore, a tono de mayor identificación de valores de cada región. Venezuela posee infinidad de atractivos para el descanso y esparcimiento, diferentes climas se consiguen a lo largo y ancho del país. Nuestra geografía tiene montañas, planicies, playas, vegetación, cuevas, riachuelos, ríos navegables, lagunas y lagos. Nuestra diversidad natural, con selvas intrincadas, fauna abundante y flora estupenda; nos permite en pocas horas cambiar de paisaje y clima, nuestras encantadoras cumbres de nieve, el Teleférico más alto y largo del mundo, La culata, Laguna de Mucubají, El Jardín Botánico, todo hace de Venezuela un país ideal para el descanso; con bellezas naturales puestas al alcance del disfrute de nuestra gente, y para proyectar estos atractivos turísticos a nivel internacional; generando de esta manera fuentes de empleo y una ganancia económica, y bienestar a nuestras comunidades.

Teniendo en cuenta la relevancia del sector turístico en el panorama internacional y el papel Protagonista de Mérida, en el desarrollo en expansión de nuevas áreas de productos y servicios turísticos, es notorio analizar propuestas de investigación en instituciones académicas, para presentar una plataforma de debates de ideas, para la formación de futuros criterios fundamentales en la investigación turística de salud.

La dinámica política, económica y social que ha venido experimentando el país en los últimos años se ha visto impactada considerablemente en la complejidad de la vida moderna; ésta exige una prestación más diversa y con servicios de calidad que se complementen a fin de que el individuo pueda recuperar las energías empleadas durante la jornada laboral mediante el oportuno descanso y el desarrollo de actividades recreativas, una alimentación adecuada, hospitalidad. En suma, el servicio recibido, traiga consigo bienestar, y satisfacción del turista, para contribuir al desarrollo y logro de un equilibrio físico, mental, emocional, espiritual y social del individuo; la salud y generar más y mejores puestos de empleo a la comunidad.

En este sentido, dado su potencial natural es propicio considerar un aprovechamiento más productivo, sustentable, de diferentes áreas para desarrollar diseñar y programar actividades turísticas de salud, aumentando el interés de investigación, y la demanda para mejorar la calidad de prestación del servicio; se puede brindar servicios turísticos terapéuticos, en balnearios, aguas termales recomendadas para aliviar dolencias locomotoras, para adelgazar, desintoxicar y atacar la celulitis, disminuir el stress; en muchas partes del mundo el aprovechamiento de las aguas termales son de mucho interés para la salud, por lo que se brindan de una manera organizada, buenas instalaciones; en Venezuela hay muchas fuentes de aguas termales, pero pocas se brindan servicios de calidad, ya que suele verse reducidos por carecer de investigaciones sobre los beneficios terapéuticos, publicidad o inadecuada calidad de asistencia turística y sanitaria.

Otro campo poco explorado, es el que concierne a la investigación de las necesidades de servicios de salud para los visitantes y el tipo de instalaciones con que se cuenta para satisfacerlas; Es a partir de este marco, que la Organización Panamericana de la Salud plantea que el Sector Turismo puede aportar grandes beneficios a la atención de la salud pública, en las zonas consideradas turísticas, dentro de un esquema de reciprocidad que garantice resultados positivos en el binomio salud turismo, la salud es un elemento importante que debe tomarse en cuenta al planear la actividad turística, pues en él se incluye tanto a la población del lugar turístico, como a los visitantes, la infraestructura, los servicios de calidad de la comida, la higiene en la preparación de los alimentos, el agua potable, el transporte, la seguridad, formación de los guías turísticos, todos son factores de gran valor para la tranquilidad del usuario, promoción de la salud.

En la actualidad la mayoría de restaurantes solo presenta menú de comida que puede consumirse por personas con una salud optima, pero no se enfocan en brindar un servicio con un tipo de comida sana y saludable baja en grasas y calorías, donde se brinde inclusión a personas con alguna limitación alimentaria, o por recomendación médica, debido a la alta incidencia de enfermedades relacionadas por una inadecuada alimentación, como son la Diabetes mellitus, obesidad, dislipidemias, daño hepático, hipertensión, trastornos gastrointestinales, que han puesto en alerta las autoridades competentes siendo considerada un problema de salud pública, debido a lo anterior descrito, hemos planteado, la iniciativa en restaurantes que brinden un

menú saludable, sobre todo es clave en institutos de educación de hotelería y turismo; la inserción de un menú de dietas saludables; servicio que incentivara al cuidado de la salud, y darán inclusión a las personas que sufren de alguna enfermedad y que no pueden comer en cualquier restaurante; y se siente limitada al momento de disfrutar de algún momento con familiares, amigos, por no contar con lugares adecuados para su alimentación.

En la actualidad, la vida agitada, el tráfico y el trabajo obliga a muchas personas a recurrir diariamente al menú del día que ofrecen los restaurantes y comidas rápidas, habiendo gran inconformidad por el servicio y daños irreparables a la salud, ya que hasta el momento no se ha considerado promocionar estilos de vida saludable, apetitosos, equilibrados con asesoría nutricional, que disminuyan incidencias de enfermedades; la alimentación es más que gastronomía, no es sólo fuente de placer, también tiene como objetivo cubrir necesidades nutricionales, nos puede llevar a una mejor calidad de vida.

III. Conclusiones

En Mérida Venezuela las condiciones están dadas para brindar una oferta de desarrollo en prestación de servicios de calidad al turista. Esta propuesta exige reforzar en las instituciones educativas de hotelería y turismo, conocimientos inherentes a la actividad, la provisión de hospedaje, seguridad, alimentación y comunicación. Por ello, es de interés de investigación la integración de conceptos como turismo, salud, economía social, y la identificación de áreas de aprendizaje, experiencias y temáticas prioritarias que deben estar presentes en la malla curricular de planes de estudio para la formación y capacitación adecuadas que contenga los saberes requeridos para propiciar la competitividad y asegurar la sostenibilidad del turístico en su particularidad y en conjunto como parte de un entorno geográfico y social.

El compromiso de las instituciones educativas, para contribuir a la formación de profesionales de la hotelería y turismo de alta calidad supone también el gran reto de sensibilizar sobre la importancia de la inserción de cátedras de educación para la salud en la formación, como estrategias para promover la salud, incrementar la calidad de vida y el bienestar social, potenciar la capacidad de las personas y grupos para el abordaje de sus propios problemas, demandas y necesidades.

En este sentido, es fundamental en toda institución educativa, incentivar la formación de una ciudadanía libre, crítica y responsable ha de incluir en el mismo, contenidos culturalmente relevantes, socialmente útiles y pedagógicamente atractivos, que ayuden al alumnado a estructurar su pensamiento y a comprender su entorno y el mundo en que vive, se debe contar con contenidos de una educación integral e integral para la salud, consultorios médicos, dentales, ginecológicos, oftalmológicos y revisiones contantes de pesquisas activa de enfermedades; y el reforzamiento de contenidos como la alimentación, la higiene, sexualidad sana y responsable, planificación familiar, primeros auxilios, creación de espacios recreativos, conformación de brigada ecológica, siembra de valores y ciudadanía responsable, de esta manera el centro de atención proyectar indicadores sociales, turísticos, culturales y de salud para estrategias políticas que faciliten fortaleciendo de una adecuada prestación de servicios de públicos.

Referencias

Organización Mundial de la Salud. Reglamento Sanitario Internacional. 3a. edición. Ginebra: OMS,1983.

Cuenca, Manuel (1974). Educación para el Ocio. Marx, Carlos. (1867).

Mendoza, Marlyng (2009). El proceso de producción del capital. Enciclopedia Ilustrada Cumbre, Tomo 8.

Osorio C. Esperanza y Rico A. Carlos Alberto (2005). Propuesta del diseño de un Programa de Recreación para los Trabajadores y Trabajadoras de PRECA Central.Barquisimeto, Estado Lara

Editorial Funlibre 1era edición (2005) .Diseño y Evaluación de Programas de Recreación. Editorial Funlibre. Colombia.

Maldonado, C. (2006) Introducción al turismo, Organización Mundial del Turismo, España

Turismo y comunidades indígenas (2008).Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta.

Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina

Desarrollo endógeno sustentable en el á turística del Valle de Mocotías
Mérida, Venezuela



Desarrollo Endogéno sustentable en el área turística del Valle del Mocotíes, Estado Mérida - Venezuela.

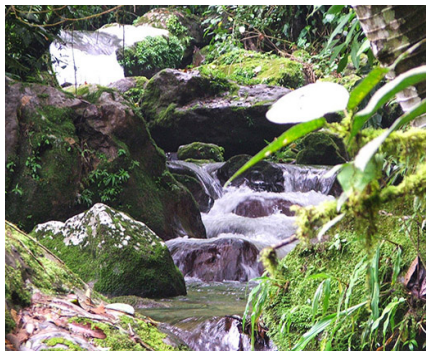
Autora
Ramos, Maria Elena
elecyc@yahoo.com

Este proyecto de investigación está enmarcado en los lineamientos que exige el Programa de Estudios Abiertos, adscrito a la Universidad Politécnica Territorial de Mérida “Kléber Ramírez”, Núcleo Bailadores, bajo la corresponsabilidad de la Comunidad de Aprendizaje de Turismo.

Resumen

El Valle del Mocotíes está conformado por los Municipios Antonio Pinto Salinas, capital Santa Cruz de Mora; el Municipio Tovar, capital Tovar; el Municipio Zea, capital Zea; el Municipio Rivas Dávila, capital Bailadores y se incluye el Municipio Guaraque, capital Guaraque. Está ubicado en la zona Sur-Oeste del Estado Bolivariano de Mérida, limitando con los municipios Alberto Adriani al Norte, al Sur con los Pueblos del Sur, al Oeste con el Estado Táchira, y al Este con parte de los Pueblos del Sur y con el Municipio Sucre. Turísticamente, el Valle del Mocotíes posee innumerables atractivos que hacen de esta zona un lugar privilegiado, con ricas potencialidades para su aprovechamiento, como son: sus riquezas hídricas (ríos, lagunas, cascadas, chorreras, quebradas), sus riquezas montañosas (picos, páramos, cerros), su excelente clima, desde lo caliente 30° C en la zona de Caño El Tigre (Municipio Zea) hasta los Páramos de El Batallón y La Negra, dentro del Parque Nacional Juan Pablo Peñaloza, a 12° C aprox. y a veces hasta más baja, proporcionando un clima bastante estable y agradable para el disfrute de chicos y grandes. Es un siempre verde, predomina una vegetación acorde a los diversos pisos altitudinales que posee, en especial tanto para que existan árboles de envergadura como rastreros, importante para el cultivo de plantas aprovechables para el consumo humano (hortalizas, verduras, flores, plantas medicinales, café y cacao).

Asimismo sus suelos permiten la actividad ganadera, permitiendo el aprovechamiento de leche y carnes (porcinas y bovinas, muy poco ovinas). Económicamente, la población del Valle del Mocotíes vive de la agricultura y del comercio, no existen parques industriales, y la mayoría de los procesos industriales son hechos de manera artesanal. Sus vías de acceso a las capitales y otros lugares están en bastante buen estado, y reviste importancia capital porque desde que se entra al Estado Mérida desde el Estado Barinas, que atraviesa la carretera trasandina, esa misma recorre el tramo principal y cruza con salida del Mocotíes por Bailadores hacia el Estado Táchira.



Palabras clave: Desarrollo Endógeno, Turismo, Café, Formación, Farmacopea

Mocotíes Valley is made up of the municipalities Antonio Pinto Salinas, capital Santa Cruz de Mora; the municipality Tovar, Tovar equity; Zea Municipality Zea equity; Municipality Rivas Davila capital Dancers and the Municipality Guaraque capital Guaraque included. It is located in the south-western area of the Bolivarian state of Merida, bordering the municipalities Alberto Adriani north, south to the Peoples of the South, the West with the Tachira State, and east of the Peoples of the South and Sucre Municipality. Touristically, Mocotíes Valley has many attractions that make this area a special place, with rich potential for its use, such as: their water wealth (rivers, lakes, waterfalls, spouts, streams), its mountainous riches (peaks, plateaus, hills), its excellent weather, from hot 30 ° C in the Caño El Tigre (Zea Municipality) to Westfall Battalion and La Negra, within the National Park Juan Pablo Peñaloza, 12 ° C approx. and sometimes even lower, providing a very stable and enjoyable for the enjoyment of young and old weather. It is an evergreen, predominant vegetation according to the different climates that has, especially both exist trees of importance such as crawling, important for growing usable plants for human consumption (vegetables, vegetables, flowers, medicinal plants, coffee and cocoa). Soils also allow livestock, allowing the use of milk and meat (porcine and bovine, ovine little). Economically, the population of the Valley Mocotíes living from agriculture and commerce, no industrial parks, and most industrial processes are made by hand. Access roads to the capital and elsewhere are in fairly good condition, and of paramount importance because since you enter the Mérida State from Barinas State, which crosses the trans-Andean highway, the same runs along the main stretch and crosses output Mocotíes by Bailadores to Tachira State.



Keywords: Endogenous Development, Tourism, Coffee, Education, Pharmacopoeia.

Justificación

Se cree que los pobladores indígenas Mocotíes, habitantes primigenios de esta zona y a los cuales se les debe la toponimia de su gentilicio, se juntaron con los indígenas Motilones que existían en la zona de La Grita, y luego de que estos se unieron con los blancos de orilla españoles conquistadores que vinieron a estas zonas, fueron bajando y se unieron a su vez con los Mocotíes, teniendo una mezcla entre Arawacos, Motilones, Mocotíes y blancos españoles, y alguno que otro africano que venía como esclavo.



vo o mestizo ya. Esto influyó en alguna forma en el gentilicio del Mocotíes (cultura, costumbres, leyendas, ritos, fiestas patronales), dando así como resultado un mestizaje interesante y rico.

Todos estos aspectos permiten el aprovechamiento de la actividad turística, ya que es un placer disfrutar de tanta belleza escénica, paisajística y cultural, a pesar de que últimamente ha habido cierta apatía de parte de las y los pobladores en general del Valle del Mocotíes de retomar sus costumbres ancestrales y mostrarlas como una bandera propia del lugar.

Sin embargo, este hermoso Valle, sabiendo sus enormes potencialidades, hasta ahora ha estado en el abandono, los entes gubernamentales no quieren invertir ni formar personal adecuado a las exigencias del mercado turístico, y donde la misma gente oriunda de esta importante región meridena, en su mayoría, prefiere hacerse de la vista gorda y no dar su brazo a torcer para aportar un granito de arena para mejorar su situación sociocultural.

La Comunidad de Aprendizaje de Turismo ha venido indagando acerca de cuál es el rubro ecológicamente sustentable que sea común en los cinco (5) municipios que conforman el Mocotíes, siendo el café el que resulta así. De allí que, también se ha explorado acerca de la situación del por qué el Valle del Mocotíes, específicamente en el Municipio Antonio Pinto Salinas donde desde hace dos siglos se ha venido produciendo café, incluso como producto de exportación, ha decaído, donde se tiene una gran infraestructura cafetalera como lo es la Hacienda La Victoria que, actualmente, está invadida por la presencia de dos (2) familias de damnificados de la Vaguada del Estado Vargas (aún no se le ha dado solución habitacional a estas familias) y la presencia de la Universidad Experimental del Sur (UNESUR), haciéndola cada vez más inviable tanto productivamente como turísticamente, ya que ha habido espacios dentro de la misma hacienda que están siendo utilizados como aulas de clase y no como museo o como áreas productivas del mismo café.

Se observa fehacientemente la falta de apoyo gubernamental, la crisis agrícola del siglo pasado, la desmotivación de las y los productores cafetaleros, la desorganización comunitaria; en fin, han sido muchos los factores que han incidido en que haya caído el auge de la producción de café, retomándose hoy en día, dándole auge con instituciones como el CIARA y el INIA, otra es FUNDACITE Mérida éstos apoyando a las y los

productores cafetaleros pero de manera no expedita; el café es un rubro que se produce y obtiene en todos los municipios que conforman el Mocotíes, solo en Rivas Dávila es que se produce muy poco pero si hay presencia de cosecha y de buena calidad. No obstante, para los momentos actuales no existe una asociación en común de los cinco (5) municipios que agrupe y coadyuve en una sinceración socio productiva del café, mermando la calidad de las plantaciones y como es lógico, de las cosechas, donde la familia cafetalera sigue desmotivada por los bajos precios en que puede comercializar el producto, amén con la situación de los fertilizantes y el control de plagas, tratando de hacerlos con bioinsumos y si lo han de hacer con agroquímicos, la situación de que no se consiguen con facilidad en el mercado. Para el colmo de males, las y los hijos de los productores han preferido abandonar la labor de sus viejos y no quieren involucrarse con el proceso de agricultura y del beneficio del café. Hoy en día con los incentivos del Plan Café, y otros intentos de recuperar las plantaciones y las cosechas del café, amén de que extraoficialmente se sabe que se están llevando el café del Mocotíes para Colombia (producto de contrabando de extracción), se observa un repunte en cuanto a las intenciones de las familias cafetaleras de mejorar la situación. Se observa la venta de café criollo tostado y molido y en grano verde para tostar y moler, de manera artesanal, muy bueno el café por demás. En los lugares donde se comercializa el café como infusión (cafeterías, loncherías, panaderías, pastelerías, restaurantes de la zona del Mocotíes), se observa que se desaprovecha el rubro café, debido a varias razones: desconocimiento de las técnicas del Barismo, negligencia e impericia, falta de capacitación tanto del dueño (s) del local extensivo a su personal, desmotivación, desapego por lo que está haciendo, expendiendo infusiones en pésimo estado en donde el desconocedor del café le echa la culpa al grano de café obtenido, y no a la persona que elaboró la infusión, tomando en cuenta que, en la mayoría de estos locales no se expende el café artesanal de la zona sino café industrializado en granos.

Marco Teórico.

Antecedentes de esta investigación proyectiva.

En Europa, específicamente en Italia, el centro de formación del café, a través de la división especial Escuela de Espresso del Training Center, de Lavazza, organiza cursos para baristas, empleados de restaurantes, representantes de ventas, distribuidores, nuevos miembros de personal, consumidores, periodistas y líderes de opinión. Esta escuela surge en Turín, Italia, en 1895. El programa de formación cubre cursos específicos sobre

café, durante los que se enseña a los alumnos a preparar espressos perfectos, latte art y cappuccino art, y a reconocer las características sensoriales de cada producto. Se imparten también cursos de dirección, sobre marketing, merchandising visual y gestión de cafeterías.

El Training Center se ocupa de los siguientes ámbitos, gracias al equipo de expertos que ofrece su pericia específica en los principales aspectos de la cultura cafetera:

- Botánica: el café, de la planta a la taza.
- Preparación: sistemas de extracción de café, Espresso y Cappuccino.
- El equipo para preparar un espresso: cómo utilizar los molinillos/dosificadores y maquina expreso
- Innovación y creatividad: recetas a base de espresso.
- Análisis sensorial: degustación de orígenes y blends.
- Ciclo de procesamiento y proceso de producción: del café verde a la distribución del producto final.

Disponible en: <http://www.lavazza.com/en/coffee-passion/training-center/>

Acceso el: 14/08/2015

Colombia escogió el 27 de junio como el Día Nacional del Café, pues hace 88 años- fue creada la Federación Nacional de Cafeteros. Internacionalmente, cuando se habla de Colombia, la definen como el país que produce el café más suave del mundo y a sus habitantes los llaman ‘los cafeteros’. El Profesor Yarumo es una insignia nacional y Juan Valdez es la figura internacional. “Lo que es bueno para el café es bueno para Colombia”, ha dicho el presidente Juan Manuel Santos. “El café es una ‘locomotora’ que recorre el país, pues según el Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia ‘Toma Café’, este renglón de la economía es el principal generador de ocupación en el campo gracias a que su cultivo genera el sustento de 553 mil familias en 20 departamentos. En el 2014, Colombia exportó 11 millones de sacos de 60 kilos cada uno, convirtiéndose en el cuarto exportador mundial. La meta para el 2015 es exportar más de 12 millones de sacos. El Sena, a lo largo de sus 58 años de historia, no ha sido ajeno al desarrollo de la caficultura colombiana. Sus programas de formación en Administración Agropecuaria, Cultivos Agrícolas, Administración de Fincas Cafeteras, Producción de Café, Mesa y Bar y Auxiliar en Producción de Café son sólo una pequeña muestra de todo el potencial que ha aportado esta institución. Actualmente, la entidad tiene convenios con la misma

Federación Nacional de Cafeteros (Federacafé), desarrolla el modelo Escuela Nacional de la Calidad del Café, promueve proyectos productivos cafeteros con capital semilla del Fondo Emprender y realiza competencias en habilidades WorldSkills de Barismo con preparaciones del bebestible, entre otras acciones”.

“Nos interesa enseñar a los campesinos cómo se produce el mejor café del mundo, cómo se logra una buena trilla, una buena tosti6n, y, adem6s, poner en el mercado internacional productos de clase mundial”, enfatiza el director General del Sena, Alfonso Prada. Se trata, sin duda, de un aporte al desarrollo de este rengl6n de la economía colombiana desde una regi6n donde hay cerca de 82.507 cafeteros, asentados en 92 mil fincas. “La tecnología de la Escuela Nacional de la Calidad del Café est6 al servicio de todo el país, a trav6s de cuatro dimensiones: Formaci6n en caf6; fortalecimiento de competencias en caf6; procesos de innovaci6n, desarrollo tecnol6gico e investigaci6n aplicada al caf6; y procesos de emprendimiento alrededor del caf6. El inter6s del Sena est6 centrado en favorecer la apuesta cafetera y garantizar la producci6n de los mejores caf6s especiales”, agrega el director Regional del Sena en el Huila, Luis Alberto Tamayo. La meta es atender a unas 10.000 personas por año, a trav6s de acciones de formaci6n titulada, evaluaci6n y certificaci6n de competencias, Jóvenes Rurales Emprendedores, formaci6n complementaria y fortalecimiento empresarial.

“Se formarán t6cnicos profesionales en: producci6n y buenas pr6cticas agrícolas, catadores, baristas, torrefactores, trilladores, manejo y mantenimiento de maquinaria y equipos, certificaci6n y sellos de caf6, Internacionalizaci6n para la formaci6n y certificaci6n. La iniciativa busca hacer de la caficultura una labor empresarial para contribuir con la calidad de vida de las familias cafeteras, y fortalecer la economía de las regiones”.

Disponible en: <http://www2.rcnradio.com.co/noticias/pitalito-huila-tiene-nueva-escuela-nacional-de-la-calidad-del-cafe-199062>

Acceso el: 18/08/2015.

Y en Argentina, surge la E.A.C.E. como la primera Escuela de Caf6s Especiales en Argentina y un espacio de estudio, formaci6n y capacitaci6n en los distintos aspectos que hacen del caf6 la bebida preferida por miles de millones de personas en todo el mundo y, en mayor o menor medida, de todas las culturas. Desde su cultivo, en cada país de origen entre los tr6picos de C6ncer y de Capricornio, hasta la taza, servida en cualquiera

de sus formas y combinaciones, de acuerdo a las costumbres y tradiciones. Esta escuela del café en Argentina surge porque el café no sólo es el medio de vida de millones de personas en todo el mundo y el placer de muchas más. Es, ante todo, el resultado de una pasión. Del corazón del universo cafetero han surgido los Cafés Especiales, que son la conjunción de esa pasión con el trabajo responsable de agricultores y profesionales de la industria del café. La presencia de los cafés especiales, cada vez más fuerte en el mercado internacional, ha ido modificando la preferencia de los consumidores. Cada vez son más las personas que buscan mayor calidad, diversidad, exotismo y refinamiento en la taza de café, así como un servicio acorde a tal complejidad. El consumidor argentino no se queda al margen de estas nuevas experiencias. ¿Ha podido encontrar en su café sabores a cardamomo o pimienta, a duraznos o avellanas, a chocolate o hierbas, a maderas, humos o flores? Existen. Sólo es cuestión de aprender a identificarlos.

“En la EACE volcamos todo el conocimiento transmitido por los profesionales en favor de los consumidores, de los trabajadores y de los empresarios, en definitiva, de todos los que forman parte de la Cultura del Café. Es el lugar donde se pueden obtener desde los conocimientos básicos a los más avanzados para optimizar beneficios en la compra del café, lograr reducir las pérdidas en el proceso de manipulación, desterrar las prácticas inadecuadas de servicio y experimentar el descubrimiento de las tierras remotas y las vidas anónimas, que otorgan esas propiedades y cualidades ocultas en cada taza de Café Especial. Sus objetivos son:

- Favorecer la divulgación de los conocimientos sobre los atributos y características propias que hacen de los Cafés Especiales una verdadera aventura sensorial.
- Generar espacios propicios para la experimentación en el preparado, servicio y degustación de los cafés especiales.
- Fomentar las correctas prácticas de manipulación de los cafés en sus distintas etapas en la cadena de comercialización.
- Incentivar la difusión de las normas y pautas desarrolladas y aplicadas por los organismos internacionales de cafés especiales.
- Facilitar las herramientas que permitan a los profesionales, noveles o experimentados, a realizar sus propios exámenes de calidad que les permitan optimizar su relación costo-beneficio.

- Orientar a los nuevos emprendedores cafeteros.

Entre las actividades de la EACE se encuentran cursos, talleres, capacitación, asesoramiento, consultoría, degustaciones y catas, así como Jornadas multidisciplinarias.

Disponible en: www.escueladecafe.com.ar/escuela-de-cafe.htm

Acceso el: 17/08/2015

Y, por último, en la misma Gran Caracas se encuentra la Accademia del Caffé, la cual se funda formalmente el 12 de abril del 2013 celebrando, a la par que en Italia, el día del Espresso Italiano. Es el fruto de 3 años ininterrumpidos de trabajos, del barista Pietro Carbone, en materia de enseñanza y formación en CAFÉ. Se destacan todos los cursos que dictamos en la Accademia del Caffé los cuales son llevados a cabo en los espacios de la ACCADEMIA DEL CAFFÉ, en Altamira. Es un espacio dedicado a la enseñanza, cultura y promoción del café y del barismo. Contamos con 2 máquinas profesionales de café espresso marca RANCILIO, además de 6 molinos profesionales, así como todos los accesorios necesarios para calentar la leche, e instrumentos varios para que puedan practicar, como tazas, termómetros dispensadores de cacao, y de sirope. También disponemos de una tostadora de laboratorio, para entender al 100% el proceso del café. “Iniciando desde los cursos básicos de Barismo, donde el Profesor Victor Moreno nos da una charla de la historia del café en Venezuela, aprenderemos a preparar espressos y cappuccinos; continuando con el segundo nivel, que lo he llamado “Espresso Lab”, donde jugaremos con molinos y diversos granos, para obtener el mejor espresso posible. Seguimos con un curso ya muy popular, de Cappuccinos y Latte Art, donde aprenderemos la textura y temperatura correcta de la leche, y haremos cantidad de dibujos con la leche. La novedad de los cursos, “Brew Profesional”, donde aprenderemos a usar métodos de extracción como Chemex, V-60, Aeropress, Prensa Francesa. Un viaje sensorial por cada método de extracción. Las catas de espresso son mis consentidas, donde usaremos el método de análisis sensorial, para determinar atributos, defectos de diferentes granos y tostados. Y como en la Accademia del Caffé, nos hemos esforzado en la formación integral en materia del café, también ofrecemos certificaciones internacionales de la “Specialty Coffee Association of Europe.”

Disponible en:

www.carbonespresso.com/accademia-del-caffe/index.html

Acceso el: 18/08/2015

Y en las poblaciones de Chabasquén y Biscucuy en el estado Portuguesa, donde se está configurando un Centro de formación en Cafeología de la mano de la Asociación de Baristas de Biscucuy, la Escuela Técnica de Agricultura Robinsoniana Crisanto Lacruz, la Cooperativa Paraíso de Chabasquén y la Alcaldía de Unda. “Contamos con una Cafetería Escuela, un Laboratorio de catación de cafés, una torrefactora artesanal y plantaciones de cafés; para mostrar a los estudiantes, aprendices y amantes del café, todo el proceso desde el grano hasta la taza”. (Información obtenida en el 2014 por el CUHELAV).

Disponible en:

<http://elgourmeturbano.blogspot.com/2012/02/ruben-ali-gozaine-cafe-grano-de-oro-de.html>

Acceso el: 16/08/2015.

También, más actualizado, disponible en: <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/ruta-del-cafe-aroma-y-tradicion-que-impregna-las-montanas-de-biscucuy/>

Acceso el: 15/08/2015.

Objetivos de esta investigación.

Objetivo General:

Proponer el diseño, desarrollo e implementación de una Escuela de Formación del Café, un Parque de Contacto de Plantas Medicinales, un Vivero con Cultivos Orgánicos y una Cafetería Comunitaria, que viabilicen una Ruta Turística Etnogastronómica del Café en el Valle del Mocotíes.

Objetivos Específicos:

- 1.- Diseñar un centro de formación del café, que vaya desde la botánica de las plantas del café, pasando por las técnicas de Barismo, innovación y tecnología de equipos e insumos, hasta la forma de promocionar y comercializar los productos obtenidos con el café.
- 2 -Implementar un parque recreativo de contacto en la Comunidad Siloé, Parroquia El Amparo del Municipio Tovar.

3 -Proyectar en la Comunidad Siloé de la Parroquia El Amparo, Municipio Tovar, un vivero con cultivos agroecológicos hortícolas y frutales.

4 -Invertir, junto con la Comunidad Siloé, una cafetería comunitaria que sirva de centro piloto.

5 -Proyectar una Ruta Turística Etnogastronómica del Café en el Valle del Mocotíes.

De estas razones justificadas mediante la observación directa, en cuanto al planteamiento conceptual que lleva a cabo este proyecto, surge en la Comunidad de Aprendizaje de Turismo la necesidad de proponer el sub-proyecto del diseño, creación, desarrollo e implementación de una Escuela de Formación del Café Mocotiense, como centro de capacitación del personal que labora con infusiones de café, con las técnicas del Barismo y que vaya hacia un agregado socioproductivo para elaborar sub-productos del café (caramelos, postres, dulces, platos salados, cremas, frostings, dips, salsas), es decir que se implemente la gastronomía del café y se pueda crear la marca café del Mocotíes, así como en Colombia existe la de la zona del Quindío. Una vez que se desarrolle esta escuela de formación, paralelamente se estará desarrollando el sub-proyecto de parque temático de contacto y recreativo de plantas medicinales en la zona de la Parroquia El Amparo, del Municipio Tovar, así como el de la Elaboración de viveros donde de manera controlada se hagan Cultivos Orgánicos o Agroecológicos de rubros preferiblemente hortícolas. Otro sub-proyecto para el logro del Desarrollo Endógeno Sustentable en el área turística es la creación, diseño e implementación de la Ruta Etnogastronómica del Café, con la implementación de cafeterías comunitarias a todo lo largo y ancho del Valle del Mocotíes, dando a conocer el gentilicio y haciendo sustentable el desarrollo endógeno en esta región merideña. Para ello se cuenta con una pre-alianza con la Cooperativa Siloé, el apoyo de la Escuela Robinsoniana Genoveva Montero de Vega, la UPTM, y esperamos que las asociaciones de cafetaleros existentes de la región den el apoyo para el logro de la meta.

Marco metodológico.

En cuanto a la metodología a utilizar en este proyecto tan ambicioso pero necesario para motorizar el Valle del Mocotíes, se pretende realizar una investigación proyectiva, holística, integral, con un Diseño de Campo, y con sintagma gnoseológico del origen de la metodología y con raíces filosóficas del Estructuralismo etnográfico y de la Investigación-Acción. Se acota que, esta investigación proyectiva está en curso en

los actuales momentos, en donde se pretenden aplicar instrumentos tipo encuestas y entrevistas para saber la opinión y los conocimientos que tienen las y los pobladores del Valle del Mocotíes acerca de los temas y sub-proyectos a desarrollar, sin dejar de aplicar técnicas cuantitativas (estadísticas) y cualitativas (observación directa).

Prosecución a la Licenciatura en Turismo, Comunidad de Aprendizaje de Turismo:

TSU Díaz Rodríguez, Eris Eduardo, C.I. N° V-4.019.370

TSU Morales Muñoz, Alix del Socorro, C.I. N° V-15.695.826

TSU Ramos Padrón, María Elena, C.I. N° V-6.455.625

TSU Rosales Carrero, Maigualida, C.I. N° V-12.800.256.

Referencias Fotográficas

Ospina, Juan (2013). Inversiones en Rutas del Paisaje Cafetero duplicaron los turistas.

Imagen tomada de: <http://www.casastoledonorte.com/inversiones-en-rutas-del-paisaje-cafetero-duplicaron-los-turistas-17-3>

Rosales, Maigualida (2015). La importancia del agua para el turismo en el Valle del Mocotíes.

Imagen tomada de: <http://turismoenelvalledelmocoties.blogspot.com/2015/05/>

Germaan, Cornelio (2008). hacienda cafetalera La Victoria, Santa Cruz de Mora ,Mérida (Venezuela).

Imagen tomada de: <http://www.panoramio.com/photo/9828518>

**Modelo de Gestión Financiera basado en el Balanced Scorecard
para optimizar el flujo de efectivo en los hoteles
4 y 5 estrellas, estado Nueva Esparta**



Modelo de Gestión Financiera basado en el Balanced Scorecard para optimizar el flujo de efectivo en los hoteles 4 y 5 estrellas, estado Nueva Esparta

Autores

Eucaris M. Rodríguez De Díaz

eucadiaz@yahoo.com

Díaz Mata, Asdrúbal Elías

zaidlaburdsa@gmail.com

Resumen

En las organizaciones la situación financiera es un proceso que permite conocer las ganancias y pérdidas del negocio. Esta investigación tuvo por objeto proponer un Modelo de Gestión Financiera basado en el Balanced Scorecard para optimizar el Flujo de Efectivo en los Hoteles 4 y 5 Estrellas, estado Nueva Esparta. Se desarrolló mediante la modalidad de proyecto factible, en un estudio de campo, descriptivo y documental. La población y muestra estuvo conformada por 12 hoteles en la Isla de Margarita, estratificada en 6 hoteles 5 estrellas y 6 hoteles 4 estrellas y la muestra por 8 hoteles de estas categorías, representada por 8 Gerentes y/o administradores y 40 Encargados de Departamentos. Para la recolección de los datos se utilizó un cuestionario, el cual fue aplicado a los Gerentes y una Encuesta de Opinión aplicada a los Encargados de Departamentos. La validez se hizo a través del juicio de expertos y la confiabilidad aplicando el Coeficiente de Kuder Richardson (Kr-20), obteniendo un valor de 0.60; y el Coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0.99. Los resultados evidenciaron que en la Gerencia de estos hoteles se aplican estrategias financieras, pero desconocen el Balanced Scorecard como la herramienta gerencial.

Palabras Claves: Modelo, Gestión Financiera, Balanced Scorecard, Flujo de Efectivo.

Abstract

Financial management model based on the balanced scorecard to optimize the flow of cash in hotels 4 and 5 stars, estado Nueva Esparta

In organizations the financial situation is a process that allows to know the gains and losses of the business. This research objective was to propose a model of financial management based on the Balanced Scorecard to optimize the flow of cash in 4 hotels and 5 stars, State Nueva Esparta. It is developed through the modality of project feasible, in a field study, descriptive and documentary. Population and sample was comprised of 12 hotels in Margarita Island, stratified in 6 hotels 5 stars and 6 hotels 4 star and shows it by 8 Hotels in these categories, represented by 8 managers and/or administrators and 40 managers of departments. The data collection was a questionnaire, which was

applied to an Opinion survey of managers of departments and managers. The validity was made through expert opinion and the reliability by applying the coefficient of Kuder Richardson (Kr-20), obtaining a value of 0.60; and Cronbach's alpha coefficient, obtaining a value of 0.99. The results showed that financial strategies are applied in the management of these hotels, but they are unaware of the Balanced Scorecard as a management tool.

I. Introducción

El país en general, requiere de la capacidad gerencial para resolver los difíciles problemas que atraviesa, fundamentalmente, tanto en la Administración Pública como en la Privada, ya que no existe o no se da de manera correcta lo que se podría llamar asignación de cargos por conocimiento o experiencias, sino más bien éstas son asignadas desde el punto de vista familiar o amiguismo y la mayoría de las veces se dan según la filiación política que tiene cada quien, lo que conlleva a decir que las personas que asumen estas responsabilidades no son seleccionadas de acuerdo a un proceso o siguiendo una metodología de selección de personal adecuada; siendo ésta una de las causas que ha generado la actual crisis que vive Venezuela, lo que repercute, finalmente, en la parte personal, familiar, social y en todos los demás ámbitos donde en Venezuela se desenvuelve.

Esta situación permite establecer y aplicar planes conjuntos, estrategias valederas, herramientas financieras, procedimientos lógicos, decisiones analizadas, y todos aquellos fundamentos que le permitan a todas las personas encargadas de conducir los destinos del país, hacia un camino mejor, donde cada uno sienta que las cosas que se hagan o se estén haciendo van en pro de mejorar su estatus social, lo cual permitirá a su vez vivir en mejores condiciones de vida; estas acciones por demás positivas, hacen que exista gran conformidad en la parte colectiva y en la parte empresarial, una vez que se le dé la oportunidad de participar e involucrarse con todos los programas de desarrollo que puedan ser aplicados y así comprometerse de hacer bien las cosas desde el primer momento.

En este sentido, las empresas como centros de organización y participación del ser humano, quienes son el motor que mueven todo este aparato y conglomerado de patrones y esquemas, fundamentalmente requieren de la aplicación de estos paradigmas, los cuales permiten que éstas se adapten a las situaciones de su entorno, mejoren así sus procesos internos, desarrollen aún más su recurso humano, actualizándolo en la me-

didada de lo posible de acuerdo a sus funciones y logrando una mayor calidad y excetors and 40 managers of departments. The data collection was a questionnaire, which was applied to an Opinion survey of managers of departments and managers. The validity was made through expert opinion and the reliability by applying the coefficient of Kuder Richarson and 40 managers of departments. The data collection was a questionnaire, which was applied to an Opinion survey of managers of departments and managers. The validity was made through expert opinion and the reliability by applying the coefficient of Kuder Richarson (Kr-20), obtaining a value of 0.60; and Cronbach's alpha coefficient, obtaining a value of 0.99. The results showed that financial strategies are applied in the management of these hotels, but they are unaware of the Balanced Scorecard as a management tool.

Introducción

El país en general, requiere de la capacidad gerencial para resolver los difíciles problemas que atraviesa, fundamentalmente, tanto en la Administración Pública como en la Privada, ya que no existe o no se da de manera correcta lo que se podría llamar asignación de cargos por conocimiento o experiencias, sino más bien éstas son asignadas desde el punto de vista familiar o amiguismo y la mayoría de las veces se dan según la filiación política que tiene cada quien, lo que conlleva a decir que las personas que asumen estas responsabilidades no son seleccionadas de acuerdo a un proceso o siguiendo una metodología de selección de personal adecuada; siendo ésta una de las causas que ha generado la actual crisis que vive Venezuela, lo que repercute, finalmente, en la parte personal, familiar, social y en todos los demás ámbitos donde en Venezuela se desenvuelve.

Esta situación permite establecer y aplicar planes conjuntos, estrategias valederas, herramientas financieras, procedimientos lógicos, decisiones analizadas, y todos aquellos fundamentos que le permitan a todas las personas encargadas de conducir los destinos del país, hacia un camino mejor, donde cada uno sienta que las cosas que se hagan o se estén haciendo van en pro de mejorar su estatus social, lo cual permitirá a su vez vivir en mejores condiciones de vida; estas acciones por demás positivas, hacen que exista gran conformidad en la parte colectiva y en la parte empresarial, una vez que se le dé la oportunidad de participar e involucrarse con todos los programas de desarrollo que puedan ser aplicados y así comprometerse de hacer bien las cosas desde el primer momento.

En este sentido, las empresas como centros de organización y participación del ser humano, quienes son el motor que mueven todo este aparato y conglomerado de patrones y esquemas, fundamentalmente requieren de la aplicación de estos paradigmas, los cuales permiten que éstas se adapten a las situaciones de su entorno, mejoren así sus procesos internos, desarrollen aún más su recurso humano, actualizándolo en la medida de lo posible de acuerdo a sus funciones y logrando una mayor calidad y excelencia en la atención y satisfacción al cliente y, por ende, todo este proceso de cambio, permitirá a las empresas ver cristalizados los objetivos trazados en la maximización de sus ingresos y en el incremento de su rentabilidad. Todo esto, a su vez, conduce a decir que una de las formas o maneras de alcanzar estos objetivos empresariales, está dado por la aplicación y puesta en marcha de un conjunto de estrategias gerenciales y de algunas herramientas financieras, que permitan diseñar, comunicar, evaluar, e implementar planes, así como también, medir la gestión empresarial, operativa y financiera, la cual sirve de soporte en materia de asesoría gerencial para lograr la excelencia en la calidad de servicios a todo nivel; este modelo gerencial es conocido con el nombre de Balanced Scorecard; el cual sirvió de base en la propuesta de un modelo de gestión financiera para optimizar el Flujo del Efectivo en los Hoteles 4 y 5 estrellas en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta, pues, su aplicación mostrará las etapas que deben seguir estos hoteles en el proceso de planeación y análisis de gestión, para producir los resultados esperados y como consecuencia afectar positivamente su situación financiera a corto y largo plazo.

El presente trabajo tiene como finalidad presentar una propuesta para optimizar el Flujo del Efectivo de los Hoteles 4 y 5 estrellas, en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta, tomando como base y enfoque al modelo gerencial Balanced Scorecard, como la herramienta financiera para evaluar la situación actual de estos hoteles.

En este sentido, la calidad de gestión en los hoteles se fundamenta en el cliente, ya que al conocer sus necesidades, es más probable ofrecer un servicio de calidad que el cliente merece y logre el impacto en él de volver, por la satisfacción y deleite que él mismo ha sentido en su estadía. Por ello, los Hoteles 4 y 5 estrellas en la Isla de Margarita deben continuamente maximizar sus esfuerzos para lograr una mejor calidad de gestión en la prestación de los servicios a sus clientes en pro de mejorar y contribuir en el desarrollo del turismo regional y nacional, así como la imagen de estos hoteles, la calidad de vida de sus empleados, y, por ende, incrementar la rentabilidad económica y lograr un retorno sobre la inversión a corto plazo.

Estas razones, permitieron realizar una investigación en la Isla de Margarita sobre el diagnóstico de la situación financiera y la gestión operativa de su planta hotelera, específicamente en los hoteles categorías 4 y 5 estrellas, que permitan tener una visión hacia donde van y cómo lograr sus objetivos de manera óptima. Aunado a esto, el personal con el que cuentan no es tan calificado como debería y con experiencia en el área turística y hotelera que ofrezcan un mejor servicio al cliente, y satisfacción en sus necesidades como huéspedes; ya sean éstos del ámbito regional, nacional o internacional.

Se agrega a esto la situación difícil que está atravesando el país en general, bien sea por la aplicación de medidas económicas, por la incertidumbre política, por las altas tasas de desempleo, por el incremento observado en el sector de la economía informal, altos índices de inflación, ineficientes políticas de mejoramiento profesional en las diferentes áreas organizacionales y quizás por la falta de normas que regulen las actividades empresariales, lo que conlleva a que se presenten situaciones adversas en la infraestructura, en cuanto a insuficiencia de capital de trabajo para seguir el ritmo normal de las operaciones normales; bajos márgenes operativos, rentabilidad y flujo de efectivo. Bajo esta perspectiva, se buscó realizar un estudio detallado acerca de tal situación, para así entender y ser capaces de diagnosticar la posición y salud financiera futura de estos hoteles 4 y 5 estrellas, o lo que es igual determinar las condiciones en la que se encuentran desde el punto de vista de rentabilidad, riesgo-empresa, flujo de efectivo y relación cliente-empresa. Para esto último, es importante conocer qué metas deben cumplirse, desde el punto de vista de los clientes y las metas financieras que desean lograrse, entre ellas se pueden mencionar: desarrollar y aumentar el posicionamiento en el mercado, mejorar la reputación e imagen de estos hoteles, aumentar la satisfacción y atención al cliente, incrementar el contacto y retención de los clientes y convertirse en el principal proveedor de los clientes.

En relación a estos planteamientos, en los hoteles 4 y 5 estrellas en la Isla de Margarita del estado Nueva Esparta se observan circunstancias como: falta de adiestramiento o conocimiento para ejercer la función del cargo a la cual la persona está adscrita, también es notorio la carencia de iniciativas para aprender y adaptarse a los cambios, tanto individual como grupal, que se está apoderando de los trabajadores desde el nivel gerencial, técnico, empleado hasta llegar al estrato más bajo como son los obreros producto de la modernización administrativa, de igual manera, la comunicación entre el personal, es de tipo unidireccional, es decir, se transmiten las ideas, mensajes, pero

no hay retroalimentación, por otro lado, existe apatía por la ausencia prolongada de motivación laboral porque no se coordinan, ni planifican e implementan programas de incentivos para el recurso humano; no hay políticas de reclutamiento y selección de personal; además, no existen manuales de normas y procedimientos donde estén establecidas las reglas, normas y trámites requeridos para ejecutar las funciones de sus cargos. No existe cultura organizacional y los niveles gerenciales son muy escasos.

No se observa la disposición de la gerencia en la adquisición de equipos de avanzada tecnología ni sistemas de información que conlleven a un mejor control interno y análisis de casos en la parte operativa diaria de servicio al cliente.

En algunos hoteles se emite información financiera, se analizan los resultados operativos y financieros mensuales o periódicamente; pero sólo en base a información pasada. Además, no en todos los hoteles se lleva al día esta información financiera, ni se evalúa constantemente la capacidad potencial de la organización de generar flujos positivos de efectivo futuro; de analizar fuentes de financiamiento externo y de considerar la evaluación, análisis e interpretación de indicadores financieros y no financieros para la toma de decisiones gerenciales. En muchos de estos hoteles se desconoce la existencia de esta estrategia gerencial conocida como el Balanced Scorecard.

En virtud de lo planteado, esta investigación tuvo como propósito: utilizar el Modelo gerencial del Balanced Scorecard en los hoteles 4 y 5 estrellas en la Isla de Margarita, como base para la propuesta de un modelo de gestión financiera para optimizar el Flujo del Efectivo en los mismos.

Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto, se formularon las siguientes preguntas:

¿Cuál es la situación actual del sector hotelero 4 y 5 estrellas, en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta en relación a la gestión financiera?

¿En qué medida estos hoteles 4 y 5 estrellas son eficientes en el manejo de su flujo de efectivo?

¿Qué elementos teóricos del cuadro de mando integral pueden adoptarse en un modelo de gestión Financiera?

¿Cuáles son las condiciones mínimas requeridas para la implantación de un modelo de gestión financiera en empresas del ramo hotelero de 4 y 5 Estrellas?

Propósitos de la investigación

Las organizaciones hoteleras para ser exitosas sus gerentes deben adoptar una nueva forma de pensamiento, de tal manera de aplicar nuevas técnicas gerenciales y con ello facilitar su gestión financiera como es el Balanced Scorecard.

Las medidas de actuación financiera indican si la estrategia de una empresa, su puesta en práctica y ejecución, están contribuyendo a la mejora del mínimo aceptable. Hay cuatro aspectos en los cuales se pueden definir objetivos financieros:

1. Crecimiento de ingresos y mezcla de productos.
2. Reducción de costos y mejoramiento de productividad.
3. Utilización de activos.
4. Control de riesgos.

Objetivo General

Diseñar un Modelo de Gestión Financiera bajo el enfoque del Balanced Scorecard para optimizar el Flujo del Efectivo en los Hoteles 4 y 5 Estrellas, Isla de Margarita, estado Nueva Esparta.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación de la Gestión Financiera actual de los Hoteles 4 y 5 estrellas en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta.
- Determinar la eficiencia en el manejo del Flujo del Efectivo de los Hoteles 4 y 5 Estrellas, Isla de Margarita, estado Nueva Esparta.
- Establecer los elementos teóricos del Modelo de Gestión Financiera, bajo el enfoque del Balance Scorecard.

-
- Establecer las condiciones mínimas necesarias para la implementación del Modelo de Gestión Financiera, bajo el enfoque del Balanced Scorecard, para optimizar el Flujo del Efectivo de los Hoteles 4 y 5 Estrellas, Isla de Margarita, estado Nueva Esparta.
 - Formular el Modelo de Gestión Financiera, bajo el enfoque del Balanced Scorecard para optimizar el Flujo del Efectivo, en los Hoteles 4 y 5 Estrellas, Isla de Margarita, estado Nueva Esparta

Justificación de la Investigación

El tópico de estrategia gerencial, e interpretación de información financiera, hoy día es relevante y ocupa un lugar importante en todas las empresas modernas, ya sean públicas o privadas, en universidades, en artículos de revistas de gerencia y en textos actualizados, en administración de empresas y otras áreas afines.

La relevancia social de esta investigación radica en el hecho de que al ser implantado el Modelo de Gestión Financiera por esta planta hotelera, se observarán resultados sorprendentes a corto plazo, por lo que contribuirá a ofrecer a las Gerencias de estos Hoteles la oportunidad de mejorar su solvencia económica, su status económico y social y, por ende, incidirá directamente en el ámbito social al permitir a la población obtener fuentes de empleo; a sus trabajadores a obtener mejores beneficios contractuales y laborales, y a la comunidad en general o al turista nacional e internacional de disponer de mejores sitios e infraestructuras de recreación y esparcimiento competitivos más no comparativos.

Para el sector universitario en general (especialmente a las universidades de la Región Insular) y para todos aquellos profesionales y/o estudiantes que deseen ahondar en el tema, será de gran utilidad puesto que la temática expuesta en esta investigación es innovadora y ha sido poco investigada en el sector hotelero. De allí, su diferencia con los antecedentes investigados que sirvieron de base a la presente investigación.

La implementación de esta propuesta busca mediante el estudio y aplicación de esta herramienta financiera, encontrar explicaciones y conocimientos que clarifiquen la situación actual y financiera de carácter interno (baja de clientes, desmotivación y rotación de personal, deficiencia en la información y control financiero, pocos sistemas de

información y baja calidad de servicio en los departamentos operativos), y del entorno (competencia, mercado) que afectan a este sector hotelero 4 y 5 estrellas en la Isla de Margarita, con relación a la forma de administrar y gerenciar sus organizaciones.

Así mismo, la puesta en práctica de este modelo de gestión financiera propuesto, permitirá a esta planta hotelera categorizada en 4 y 5 estrellas, Isla de Margarita, contar con una herramienta gerencial que logrará relacionar entre sí cuatro perspectivas dentro de sus organizaciones como son la Financiera (a fin de optimizar sus resultados operativos y brindar a los accionistas maximizar la rentabilidad de su inversión), Clientes (brindándole a los mismos un excelente servicio y atención merecida, para retenerlo y contar siempre con su regreso y satisfacción), Procesos Internos (Mejorando la gestión de servicio en cada uno de los departamentos de atención al cliente y optimizando los departamentos administrativos para que contribuyan eficiente y eficazmente en la consecución de los objetivos organizacionales), y Aprendizaje y Crecimiento (Motivando e incentivando en alto grado a todo su Recurso Humano, brindándole a los mismos oportunidades competitivas, ascenso, desarrollo y crecimiento tanto personal como laboral).

El aporte teórico de esta investigación se basó en una extensa y nutrida revisión bibliográfica relacionada a la temática, cuyos aportes conllevaron a determinar los elementos requeridos para la aplicación de un Cuadro de Mando Integral a fin de optimizar la gestión financiera y operativa de los Hoteles 4 y 5 estrellas, Isla de Margarita, lo cual repercutirá en su rentabilidad y flujo de efectivo.

El aporte práctico de esta investigación estará relacionado a la puesta en marcha o implantación del Modelo de Gestión Financiera propuesto en los ocho (8) Hoteles 4 y 5 estrellas tomados como muestra de estudio. Dicho funcionamiento puede extenderse hacia toda la plataforma hotelera de la región Insular e inclusive a nivel nacional, lo cual permitirá a los mismos ver resultados operativos favorables y beneficios sorprendentes a muy corto plazo.

El aporte metodológico de esta investigación para el cumplimiento de los objetivos del estudio, estuvo centrado en el diseño de instrumentos abordados en el trabajo de campo. Se acudió al uso de técnicas de investigación como la observación y la entrevista estructurada. El cuestionario empleado como instrumento buscó conocer el grado de eficiencia del Balanced Scorecard como herramienta financiera con los objetivos de

los hoteles 4 y 5 estrellas. De esta forma los resultados de la investigación se apoyaron en la aplicación de técnicas de investigación válidas en el medio como es el cuestionario cerrado y una encuesta de opinión.

Dentro de este marco, los gerentes, empleados, y trabajadores de estos hoteles, los cuales serán los más beneficiados con este Modelo de Gestión Financiera, serán los entes ejecutores de las acciones implícitas en el desarrollo de los fines de los mismos relacionadas al área de hotelería y turismo de la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta, de allí, su importancia, ya que al depender de su actuación podrá medirse la efectividad de sus planes, objetivos y metas trazados para procurar brindar un servicio de calidad a sus clientes y a los accionistas, al ver incrementada su rentabilidad; así como encontrar soluciones concretas a problemas similares que incidan en el sector hotelero en general.

Balanced scorecard o cuadro de mando integral

Según Kaplan y Norton (2001) señalan que: “El Cuadro de Mando Integral es más que un sistema de medición táctico u operativo. Las empresas innovadoras están utilizando el cuadro de mando integral como un sistema de gestión estratégica, para gestionar su estrategia a largo plazo” (p. 23). Según estos autores el Cuadro de Mando Integral proporciona un marco para considerar la estrategia utilizada en la creación de valor desde cuatro perspectivas diferentes: Financieras, Cliente, Procesos Internos y Aprendizaje y Crecimiento. De igual forma, el Cuadro de Mando Integral debe contar con los hechos cronológicos de la estrategia, comenzando por los objetivos financieros a largo plazo, y “vinculándolo a la secuencia de acciones que deben realizarse con los resultados financieros, clientes, procesos internos, y finalmente con los empleados y los sistemas para llegar a entregar la deseada actuación económica a largo plazo” (p. 75). Por otra parte, el autor señala que el Balanced Scorecard parte la visión y estrategia de la empresa. A partir de allí se definen los objetivos financieros requeridos para alcanzar la visión de la empresa. El Balanced Scorecard es, pues, un sistema de gestión estratégico y un instrumento de dirección mediante el cual una organización puede dirigir estratégicamente, flexible y eficazmente. La meta del Balanced Scorecard es proporcionar a la dirección y a todos sus colaboradores un panorama permanente sobre el rumbo de la empresa y de cada uno de sus departamentos.

Según García (2001), el Balanced Scorecard es la representación en una estructura coherente, de la estrategia del negocio a través de objetivos claramente encadenados entre sí, medidos con los indicadores de desempeño, sujetos al logro de unos compromisos determinados y respaldados por un conjunto de iniciativas o proyectos.

El Balanced Scorecard incluye medidas de rentabilidad y retorno de la inversión como medidas de carácter operativo, como la satisfacción al cliente, los procesos internos de innovación y mejora de la organización. Crea un modelo holístico de la estrategia que permite a todos los empleados ver como contribuyen al éxito de la organización y sirve como localizador de los esfuerzos de cambio. Señala además que es un sistema de gestión estratégica anclado en un sistema de medición y monitoreo de aspectos claves relacionados a la implantación de la estrategia. Su objetivo principal gerenciar la organización con una visión de futuro referida a un conjunto preciso de indicadores de gestión que permitan monitorear la puesta en marcha de la estrategia.

La Perspectiva Financiera

Los objetivos financieros deben estar ligados a la estrategia empresarial. Los objetivos financieros sirven como el punto focal de los objetivos y medidas en las otras 3 perspectivas del Balanced Scorecard; cada medida debe ser parte de una cadena de causa-efecto que culmina en el mejoramiento de la performance financiera.

Las medidas de actuación financiera indican si la estrategia de una empresa, su puesta en práctica y ejecución, están contribuyendo a la mejora del mínimo aceptable. Hay cuatro aspectos en los cuales se pueden definir objetivos financieros:

1. Crecimiento de ingresos y mezcla de productos.
2. Reducción de costos y mejoramiento de productividad.
3. Utilización de activos.
4. Control de riesgos.

La Perspectiva del Cliente.

La perspectiva del cliente permite a la compañía alinear las principales medidas satisfacción, lealtad, retención, adquisición y rentabilidad a clientes pre-definidos y a los segmentos de mercado considerados de alta prioridad. También permite identificar y

medir explícitamente los atributos de valor que la empresa entregará a sus clientes y segmentos de mercado. Es obvio que el rendimiento superior de largo plazo sólo se logrará si la empresa crea y ofrece productos y servicios valorizados por los clientes.

Hay cinco tipos de medidas fundamentales de clientes:

1. Participación de mercado
2. Retención de clientes
3. Adquisición de clientes
4. Satisfacción de clientes.
5. Rentabilidad de clientes.

La Perspectiva de los Procesos Internos.

Se tienen que identificar los procesos que son más críticos para alcanzar los objetivos de los clientes y los accionistas. El proceso de derivar objetivos y medidas para los procesos internos es una de las más claras distinciones entre el Balanced Scorecard y otras medidas tradicionales de medición, se busca mejorar la performance de procesos de negocio que son cruciales para la estrategia de la organización. En esta perspectiva, los ejecutivos identifican los procesos críticos internos en los que la organización debe ser excelente. Estos procesos permiten a la unidad de negocio:

1. Entregar las propuestas de valor que atraerán y retendrán a los clientes de los segmentos de mercados seleccionados.
2. Satisfacer las expectativas de excelentes rendimientos financieros de los accionistas. Típicamente, se toman cuatro medidas sobre los procesos:
 1. Costo.
 2. Calidad.
 3. Volumen de procesamiento.
 4. Tiempo.

La Perspectiva del Aprendizaje y Crecimiento.

Esta cuarta perspectiva desarrolla objetivos y medidas que determinan el crecimiento y aprendizaje organizacional. Los objetivos en la perspectiva de aprendizaje y cre-

cimiento son los impulsores para alcanzar excelentes resultados en las tres primeras perspectivas del Balanced Scorecard, en última instancia la habilidad de alcanzar las metas ambiciosas en las dimensiones financieras, de clientes y de procesos internos depende de la capacidad de la empresa para aprender y crecer.

Se tienen que identificar los procesos que son más críticos para alcanzar los objetivos de los clientes y los accionistas. El Balanced Scorecard enfatiza la importancia de invertir para el largo plazo, y no solamente en las áreas tradicionales de inversión tales como nuevo equipamiento y nuevos proyectos de investigación y desarrollo.

Identifica la infraestructura que la empresa debe construir para crear una mejora y crecimiento a largo plazo. Las perspectivas del cliente y del proceso interno identifican los factores más críticos para el éxito actual y futuro.

La formación y el crecimiento de una organización proceden de tres fuentes principales:

1. Capacidades de los empleados
2. Capacidades de los sistemas de información
3. Motivación, empoderamiento y concordancia de objetivos.

Metodología

La investigación de acuerdo a los objetivos se corresponde con un Proyecto Factible, apoyado en una investigación de campo de tipo descriptivo, y basado en una revisión bibliográfica. La investigación busca dar una solución a la gestión financiera (flujo de efectivo) a los hoteles 4 y 5 estrellas, Isla de Margarita, basado en el modelo gerencial del Balanced Scorecard.

Descripción de la Metodología

El método de investigación es el que permite al investigador establecer una secuencia lógica para lograr los objetivos planteados en la investigación. En este orden de ideas, la investigadora utilizó tres (3) fases a saber:

1. Fase Diagnóstica
2. Fase Descriptiva
3. Fase Propuesta

Población

Dentro de esta perspectiva, se tomó como población el personal de gerentes y empleados encargados de los diferentes departamentos de servicio y gerencias de doce (12) hoteles categorías 4 y 5 estrellas en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta. La población objeto de estudio estuvo representada por la totalidad conformada por doce (12) hoteles: siete hoteles 5 estrellas y cinco hoteles 4 estrellas; y por el personal de los mismos integrados por doce (12) gerente y ciento veinte (120) empleados.

Cuadro 1

distribucion de la población

Estrato	Numero de personas
Gerentes	12
Empleados	120
Total	132

Fuente: Gerencia de R.R.H.H de los Hoteles 4 y 5 estrellas, Isla de Margarita (2003).

Muestra

En el presente estudio la muestra de la investigación fue de tipo intencional opinática. Tomando en cuenta lo anteriormente señalado, la muestra de estudio quedó conformada por ocho (8) hoteles. Se entrevistaron a ocho (8) gerentes en el área de administración, finanzas y/o gerencia y cuarenta (40) empleados encargados de los diferentes departamentos de estos hoteles en la Isla de Margarita, estado Nueva Esparta.

Cuadro 2

distribución de la muestra

Estrato	Numero de personas
Gerentes	8
Empleados	40
Total	48

Fuente: Rodríguez, E. (2003)

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

De acuerdo con los objetivos de la investigación y la naturaleza del problema planteado, la investigadora para recabar la información aplicó las siguientes técnicas: la observación y la encuesta. La observación permitió que la investigadora conozca y capte la realidad que rodea al problema para definir los elementos más importantes para el desarrollo de la investigación. Esta técnica permitió que se perciban los hechos directamente, poniendo a la investigadora en contacto con el entorno real de la problemática.

En relación a la encuesta, el instrumento que se aplicó a través de esta técnica es el cuestionario como medio material para recabar los datos.

Para la presente investigación se utilizó como instrumento de recolección de datos un Cuestionario cerrado, el cual fue aplicado a los Gerentes de estos hoteles, y una Encuesta de Opinión, la cual fue aplicada a la muestra seleccionada de cinco empleados encargados de los departamentos básicos por Hotel.

Validez y Confiabilidad

En el momento de aplicar instrumentos de recolección de datos es muy importante que muestren validez y confiabilidad a fin de garantizar que cumplan con el propósito establecido, lo que se traduce en medir lo que se busca medir.

Validez

La validez de contenido, por lo general, se estima de manera subjetiva o inter subjetiva, por lo que para lograr la validez del instrumento aplicado se utilizó el criterio de validez de expertos, sometiendo el mismo a juicio de tres especialistas representados por unos expertos en el área, en contenido, en estadística y otro experto en metodología, quien maneja las herramientas necesarias para el diseño de instrumentos. Mediante la consulta a estos expertos se determinó que cada uno de los ítems contenidos en los instrumentos estuvieron elaborados adecuadamente, ya que se ajustan a los objetivos de la investigación y a la naturaleza del problema estudiado, por lo tanto tienen pertinencia y relación directa al tema tratado, así también están vinculados con las bases teóricas y la información recabada como aporte valedero y confiable a la formulación de la propuesta.

Confiabilidad

La confiabilidad determina hasta qué punto los resultados de una prueba son adecuados y reproducibles. En tal sentido, el método empleado para obtener la confiabilidad del instrumento Cuestionario aplicado a los Gerentes fue el Kuder Richardson (Kr-20), el cual determinó el índice de error en condiciones semejantes, teniendo presente que mientras más consultas sean, los resultados de una medición menor con el margen de error que exista y mayor será la confiabilidad. Se obtuvo un nivel de confiabilidad de 0,60.

Para la Encuesta de Opinión aplicada a los Empleados se tomó una prueba piloto, conformada por diez (10) sujetos y a los resultados obtenidos se les aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach, se obtuvo el siguiente resultado: 0,99, los valores obtenidos comprueban la confiabilidad de los instrumentos aplicados.

Técnicas de Análisis de los Datos

Las características presentadas en la presente investigación, para el análisis de los datos se aplicaron técnicas de orden cualitativa y cuantitativa. Así para el procedimiento de los datos recolectados se aplicó la técnica de la estadística descriptiva, de allí que los resultados medidos por medio del Cuestionario fueron representados en tablas de frecuencia y están expresados en porcentajes para dar a conocer el resultado exacto de cada ítem, mientras que para una mejor comprensión de estos resultados, se utilizaron circulares.

Finalmente, a fin de mayor entendimiento a esta tabulación se realizó el análisis descriptivo, el cual conllevó a la interpretación general del investigador, en esta etapa se expresa la relación existente entre los fenómenos en términos cualitativos.

Para el logro de los objetivos propuestos, este trabajo de investigación se estructuró en cuatro fases, las cuales se nombran y explican a continuación:

Fase I

En esta fase se realizó una consulta bibliográfica especializada sobre el tema a estudiar, con la finalidad de obtener, elaborar y organizar la información relacionada referente al Problema, su Contexto Empírico y descripción del proyecto.

Fase II

En esta fase se elaboró el Contexto Teórico, el cual se apoyó y sustentó en las fuentes bibliográficas y antecedentes de la investigación.

Fase III

En esta fase se definió el tipo de investigación y todos los aspectos que conforman el Contexto Metodológico, tales como la población, muestra, técnicas de análisis y de recolección de datos. De igual forma, se procedió a la elaboración de los instrumentos de recolección de datos, así como la validación de expertos.

Fase IV

En esta fase se realizó el diagnóstico de los resultados obtenidos, después de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, elaboración del Modelo de Gestión Financiera a los Hoteles 4 y 5 estrellas en la Isla de Margarita, y redacción final del trabajo final de grado. Por último, la manifestación de las conclusiones y las recomendaciones respectivas a la implementación del Modelo de Gestión como alternativas a la optimización del flujo de efectivo, rentabilidad y retorno de la inversión de estos hoteles en estudio.

Resultados

El 75% de los Gerentes de los Hoteles 4 y 5 estrellas, informaron que sus trabajadores conocen la Misión y Visión de estas organizaciones, aunque el 25% de estos expresaron que la misión y visión no era conocida por el personal; no están claramente difundidas y formuladas como debería ser para que todos los trabajadores conozcan los propósitos del hotel. Además, estos gerentes comunicaron que se aplican estrategias que conllevan a una eficiente gestión financiera, pero no utilizan la herramienta del Balanced Scorecard, en sus procesos de gestión y tampoco la conocen. A continuación se presentan algunos de los cuadros y gráficos relacionados en la investigación:

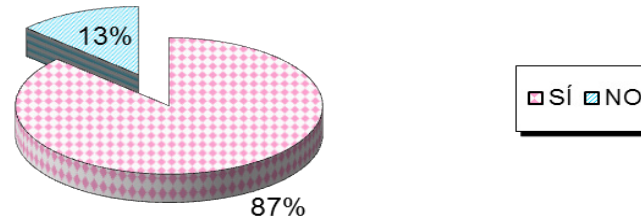
Cuadro 3

Elaboración proyecciones financieras a mediano plazo

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
si	7	87
no	1	13
total	8	100

Gráfico 1

elaboración proyecciones financieras a mediano plazo



Cuadro 4

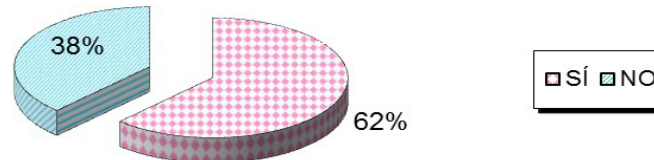
Estrategias para Incrementar la Potencialidad de los Clientes

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
si	5	62
no	3	38
total	8	100

Fuente: Instrumento de Recolección de Datos (2004).

Gráfico 2

Estrategias para incrementar la potencialidad de los clientes



Fuente: Instrumento de Recolección de Datos (2004).

Cuadro 5

Conocimiento del Personal de su Desempeño Laboral

Categorías	siempre	casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	Total
Recepción	4	2		2		8
Administración	1	4	2		1	8
Mantenimiento	3	2	2	1		8
Ama de llaves	3	2	2	1		8
Alimentos y bebidas	3	3	1		1	8
Frecuencia absoluta	14	13	7	4	2	40
Frecuencia porcentual	35	33	18	10	4	100

Fuente: Encuesta de Opinión por Departamento (2004).

De acuerdo a los resultados obtenidos más del 30% de los encuestados opina que sí conocen los resultados de su desempeño laboral informado por los superiores. Sólo un 4% opina que no se les da el resultado de su desempeño en las actividades que realizan. Y entre un 18 y 30% opinan que de vez en cuando son informados sobre su actuación laboral.

Etapas del Modelo Propuesto

Etapa 1: Diagnóstico Estratégico.

En esta primera etapa se deben evaluar las condiciones actuales y proyectadas del entorno, la situación de los hoteles comparada con la plataforma hotelera de la zona, la orientación de largo plazo de la organización y su cultura (Misión, Visión y valores). También es importante entender el servicio y la actividad que desempeña la entidad y anticipar el comportamiento futuro de las fuerzas competitivas y los factores críticos del éxito.

Etapa 2: Análisis del Portafolio de Servicios

Existen metodologías como la matriz de crecimiento del mercado vs. Participación relativa, del Boston Consulting group, o la matriz de atractividad de la industria vs. Competitividad de las empresas, desarrollada por Mckinsey y General Electric, que

permiten evaluar la estrategia de diversificación de la empresa. Usando estas metodologías se pueden entender las condiciones de rentabilidad y flujo de caja, así como los requerimientos de inversión, de las diferentes líneas de negocio actuales y futuras, para determinar las asignaciones de recursos y optimizar los resultados del portafolio de productos y servicios.

Etapa 3: Proposición de Valor al Cliente

La proposición de valor conecta los procesos internos de los hoteles con sus clientes y consumidores. Describe la mezcla única de producto y/o servicio, precio, relaciones e imagen que la organización ofrece y los segmentos a los cuales se orienta la estrategia así como cuál es la fuente de diferenciación con respecto a sus competidores. Las tres alternativas de proposición de valor a los clientes son: La excelencia operativa, el liderazgo en servicios y la intimidad con el cliente. Tracy y Wiersema aseguran que las compañías deben ser muy buenas en dos de las tres disciplinas y ser líderes y excepcionales en una de las tres.

Etapa 4: Plan Estratégico Balanced Scorecard.

Es aquí donde la herramienta del Balanced Scorecard comienza a ser útil en el proceso de diagnóstico de la situación financiera futura de la organización. En esta etapa la Administración debe definir los objetivos financieros y los objetivos estratégicos para la organización, de acuerdo a las conclusiones extraídas de las etapas anteriores. Los primeros garantizan la supervivencia en el corto plazo, mientras que los segundos van a determinar el éxito futuro y, por consiguiente, la salud financiera de largo plazo. El diseño de un mapa estratégico que permita a todos los que trabajan en la organización y a los agentes externos entender claramente la estrategia y los vínculos que existen entre los objetivos de largo plazo y los resultados financieros, es fundamental en el proceso de diagnóstico. El BSC mantiene las medidas financieras como forma de medir la gestión de la Administración de la empresa, pero incluye en forma integrada un conjunto de medidas que vinculan la gestión actual respecto a los clientes y consumidores, los procesos internos, los empleados y los sistemas de información, con las condiciones y el éxito financiero de largo plazo.

Un análisis detallado de las relaciones causa-efecto de los diferentes indicadores desde las distintas perspectivas del BSC, permitirá a quien esté elaborando el diagnóstico de la

organización, determinar la alineación que existe entre la organización, su situación en el entorno y la visión. Esto facilita el entendimiento de la estrategia y de la capacidad de generar flujo de caja en el futuro que tiene la entidad. La idea es que si la organización utiliza el BSC como herramienta para la planeación y el análisis de gestión, éste se usa para validar la estrategia y para analizar el impacto que tiene en el desempeño futuro. Sí por el contrario la organización aún no utiliza esta metodología, debería construirse un Mapa Estratégico basado en los planes y estrategias que tenga la Administración, determinando cuáles serían los objetivos, indicadores e iniciativas desde las diferentes perspectivas para realizar la validación y definir el impacto financiero de largo plazo.

Etapa 5: Proyecciones de Ingresos y Egresos

En este punto se realizan las proyecciones de aquellas variables económicas, demográficas y sectoriales que afectan el desempeño de la organización. Con base a estas variables y en las estrategias de la organización, se definen y proyectan los crecimientos en ventas esperados y el comportamiento de los costos y gastos. Estas proyecciones que son la base para los presupuestos de la organización generalmente se hacen con un horizonte de cuatro años.

Etapa 6: plan de inversiones y capital de trabajo.

Aquí se definen y asignan prioridades a las inversiones de capital que soportan las Estrategias y apoyan la proposición de valor de las diferentes líneas que conforman el portafolio de productos y/o servicios de la organización. También se calculan las necesidades de capital de trabajo para operar la organización de acuerdo con las proyecciones de ingresos y egresos y las políticas de servicio definidas previamente por la Administración.

Etapa 7: Flujo de Caja y Plan de Financiación

Una vez definidas las necesidades de inversión y proyectados los ingresos y egresos de la organización, se deberá proyectar el flujo de caja con el fin de determinar las necesidades de financiación. Las necesidades de caja dependerán del crecimiento futuro de los ingresos, de los niveles esperados de rentabilidad del negocio, de las políticas de inversión y la longitud del ciclo de caja. Altos crecimientos de ventas combinados con un largo ciclo de caja y altas inversiones de capital pueden fácilmente ser la fórmula para el desastre, debido a la alta demanda de financiación que esto implica. Por el contrario, un

incremento en ventas en una organización con alta proporción en costos y gastos fijos, con una capacidad disponible de inversión de capital y con un ciclo de caja corto, puede conducir a un sustancial mejoramiento de la situación financiera de largo plazo. Una vez determinadas las necesidades de capital, la administración deberá identificar las posibles fuentes de financiamiento como bancos, mercados bursátiles, y mercados públicos y privados de deuda y de capital. Quien analiza la situación futura de la empresa deberá hacerse preguntas como:

¿Qué tan sólida y sana es la estructura de financiación de la organización dando sus expectativas de flujo de caja y rentabilidad?

¿Que tanto acceso tiene la organización a los mercados de deuda o capital y a los bancos?

Finalmente, se puede afirmar que el punto de partida para entender la salud financiera de largo plazo de una organización, es el análisis cuidadoso de los objetivos estratégicos de cada uno de sus servicios que presta y/o portafolios de productos en conjunto. Este modelo requiere la utilización de la estrategia gerencial centrada en el Balanced Scorecard para evaluar la estrategia de negocio de la organización. Se mantiene el uso de indicadores financieros pero se incluyen, además, la evaluación de indicadores no financieros como: las perspectivas del cliente y consumidor, los procesos internos, la estructura del personal y los sistemas de información, que permitirán diagnosticar con tiempo los impactos que la estrategia puede tener en los resultados financieros futuros. El uso del Mapa estratégico para entender la consistencia de las relaciones causa-efecto de las iniciativas que conforman la estrategia de la organización, sirve para validar las proyecciones de ingresos y las necesidades de inversión.

De allí, se definen los requerimientos de financiación, se exploran las fuentes potenciales y se realizan sensibilidades a los diferentes escenarios adversos. Este proceso facilita evaluar el futuro financiero de la compañía partiendo de un análisis de su estrategia representada en un mapa. Permite entender la relación que existe entre los resultados financieros de largo plazo y las iniciativas respecto a los clientes y consumidores, los procesos internos, el personal y los sistemas de información. El punto de partida para implementar el presente Modelo de Gestión Financiera propuesto es realmente enfatizar en la importancia de la Visión y la Estrategia de la Organización, y traducir las mismas

en metas e indicadores de gestión, mediante la elaboración global de cuatro perspectivas distintas: Perspectiva Financiera, Perspectiva Clientes, Perspectiva de los Procesos Internos y la Perspectiva de Crecimiento y Desarrollo de los Empleados.

Conclusiones

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos, tabulados, graficados y analizados los resultados se concluye lo siguiente:

- Está presente una fortaleza administrativa, ya que el personal de estos hoteles conocen la Misión y la Visión de sus organizaciones por lo que están claramente definidos los propósitos que se persiguen, como son la buena atención y servicio al cliente, al turista.
- El personal está identificado con los fines de estos hoteles al brindar al cliente un servicio placentero y confortable. Se conoció además que la mayoría de estos hoteles sí aplican estrategias que conlleven a realizar una adecuada gestión financiera, hacia el logro de controlar y optimizar sus recursos financieros y materiales con el propósito general de cumplir con los objetivos trazados. Es por ello, que tienen establecidos indicadores para medir la gestión financiera; tienen definidas estrategias para controlar y reducir sus costos; emiten mensualmente sus estados financieros y los informes correspondientes para la toma de decisiones gerenciales; controlan sus inventarios de lencería, alimentos y bebidas, entre otros.
- Se detectó además que analizan e interpretan periódicamente su información financiera; y además le dan poca importancia a la evaluación de estrategias financieras para obtener financiamiento externo e invertir en proyectos de capital considerables.
- De acuerdo a la data recolectada se observó que la muestra de estos ocho (8) hoteles sí tiene definidas sus metas financieras, de acuerdo a los planes financieros a corto y mediano plazo que se han trazado. Es por ello, que aunado a esta situación la administración de los mismos logran con eficiencia los resultados operativos proyectados por la gerencia.
- Elaboran planes de tesorería a corto plazo, así como proyecciones financieras para estimar los posibles ingresos y gastos los cuales se generarán a corto y mediano plazo en cada ejercicio económico.

- Le dan una mayor importancia a la evaluación de los resultados obtenidos, a los indicadores financieros y no brindan una mayor atención y evaluación del análisis de indicadores no financieros tales como la Perspectiva de los Procesos Internos y el Crecimiento y Desarrollo de sus Trabajadores.

- Los indicadores No financieros tienen una gran importancia en toda gestión tanto administrativa como financiera, ya que éstos son instrumentos que permiten evaluar, medir y monitorear los factores de efectividad, eficiencia y productividad y, además, observar la situación y las tendencias de cambios generadas, para poder hacer las correcciones necesarias para el logro de lo deseado. La no utilización de los indicadores financieros en la empresa hotelera, se torna desfavorable porque basan la efectividad y éxito de su gestión financiera en el análisis, diagnóstico e interpretación de una situación financiera basada en el pasado, sobre cifras históricas que, aunque se ajustan a los efectos de la inflación periódicamente, siguen proyectando situaciones basadas en una situación financiera y operativa que ya pasó; cuando se debe realizar en mira hacia el futuro y en el transcurso del tiempo deberán aplicarse los indicadores no financieros para medir su impacto en la situación financiera de la entidad.

- Se observó una debilidad administrativa, ya que no se comunican totalmente los objetivos establecidos, lo cual crea un ambiente hermético y de desconfianza por parte de todos los trabajadores, debido a que conociendo la misión y la visión de estos hoteles y trabajado con esfuerzo, dedicación y lealtad hacia el logro de los mismos; los resultados finalmente no se comunican a todo el equipo humano.

- En relación con la integración de la misión y la perspectiva del Cliente se determinó que en estos hoteles, el personal al conocer la misión de los mismos, tiene como filosofía brindar un servicio de excelencia y satisfacción al cliente, con lo cual se busca la retención del mismo y lograr a corto plazo la captación de nuevos clientes potenciales. Tomando en cuenta que el cliente siempre tiene la razón, y por ello la atención al mismo está por encima de todo. Aunado a ello, la gerencia de estos hoteles van siempre en la búsqueda de alternativas a fin de implementar estrategias de mercado que conlleven a incrementar el número de clientes, de acuerdo a la temporada. Se establecen acciones para mantener óptimas relaciones con los clientes, se aplican encuestas a los mismos, a fin de obtener las sugerencias de los clientes para mejorar el servicio brindado. En fin la Perspectiva Cliente es muy bien analizada, controlada y evaluada en los hoteles 4 y 5 estrellas.

-
- No se mide la satisfacción, retención y potencialidad de los clientes en la estructura financiera de estos hoteles y su impacto en la rentabilidad y flujo de caja.
 - Se determinó que la gerencia de estos hoteles no le dan prioridad a los recursos para financiar la capacitación del personal. Se observa una considerable rotación de los recursos humanos y un sueldo no tan competitivo de acuerdo a sus funciones.
 - Se detectó también la poca importancia que tienen los empleados en la toma de decisiones, baja iniciativa y motivación. No se toma en cuenta la competencia en los procesos internos y se observa un poco innovación en los departamentos de servicio y atención al cliente, aunque las necesidades de los clientes son tomadas en cuenta en los procesos internos; fortaleza ésta que le permite a la gerencia mantener una integración y desarrollo armónico entre ambas partes.
 - La gerencia de estos hoteles no conoce la estrategia gerencial Balanced Scorecard y de acuerdo a lo observado y a la entrevista dada, están motivados a la aplicación de la misma, por lo que disponen de los recursos técnicos, humanos y financieros para aplicar la misma.

Referencias bibliográficas

Abad, D. (1.996). El Control de Gestión .Bogotá: Interconet Editores.

Arias, F. (1999). El Proyecto de Investigación. Guía para su Elaboración. Caracas: Ediciones Epísteme.

Bisquerra, R. (1999). Métodos de Investigación Educativa: Guía Práctica. México: Editorial C.E.A.C.

Brooking, A. (1997). El Capital Intelectual. Barcelona: Paidós Empresa.

Canónico, V. (2003). Modelo de Gestión Financiera bajo el Enfoque del Balanced Scorecard para la Pequeña y Mediana Empresa del Sector de Ventas y Servicio de Hardware Ubicadas en el Municipio Girardot del Estado Aragua. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Magíster en Gerencia mención: Administración. Maracay, Universidad Bicentenario de Aragua.

Di Loreto, O. (2.003). Modelo de Control de Gestión para la Dirección de Administración de la Contraloría General del Estado Aragua. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Magíster en Gerencia mención: Administración. Maracay, Universidad Bicentenario de Aragua.

Drucker, P. (1999). Los Desafíos de la Gerencia para el Siglo XXI. Santa Fé de Bogotá: Editorial Norma.

Estupiñán, R. (1.995). Estado de Flujos de Efectivo y de Cambios en la Situación Financiera. México: Editorial Roesga.

Euroforum (1998). Medición del Capital Intelectual. Modelo Intelect IUEE. San Lorenzo del Escorial, Madrid.

Flores, L. (2003). Estrategias para Optimizar el Control de Gestión Administrativo del Centro Nacional de Investigaciones Agropecuarias. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Magister en Gerencia mención: Administración. San Joaquín de Turmero, Universidad Bicentenario de Aragua.

García, F. (2003). El Balanced Scorecard. Disponible en línea: <http://www.geocities.com/fhgarciaig/>. Cúcuta, Colombia.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1996). Metodología de la Investigación. México: Editorial Mc Graw Hill.

Horstmann, W. (1999). El Enfoque del Balanced Scorecard como Instrumento para traducir las Estrategias Empresariales. Controlling 4/5.

Kaplan, R. y Norton, D. (2002) . Cuadro de Mando Integral. (The Balanced Scorecard) .Editorial Gestión 2000.

Kaplan, R. y Norton, D. 1996). El BSC como Marco Estratégico para la Acción. Harvard Business Review (enero-febrero).

Kaplan, R. y Norton, D. (2001). Cómo Utilizar el Cuadro de Mando Integral. Barcelona: Editorial Paidós.

Martínez, R. (2001). Balanced Scorecard Sistema de Comunicación, Control y Aprendizaje Estratégico. Disponible en línea: HYPERLINK "mailto:rincon@aguilar.Com".<http://www.rincon@aguilar.com>.

Melinkoff, R. (1990). Los Procesos Administrativos. Caracas: Editorial Panapo.

Méndez, C. (1995). Metodología de la Investigación. México: Editorial Mc Graw Hill, C.A

Mintzberg, H. y Brian, Q. (1996). El Proceso Estratégico. México: Prentice Hall. Hispanoamericana S.A

Morey, M. (2003). Modelo de Gestión Administrativa Basado en el Balanced Scorecard, para Optimizar la Estrategia de Negocio de la Empresa Dismymca. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Magister en Gerencia mención: Administración. San Joaquín de Turmero, Universidad Bicentenario de Aragua.

Ojeda, J. (2002). Lineamientos Estratégicos Basados en el Balanced Scorecard para la optimización del Desempeño de la Empresa Manufacturas de Papel, C.A, en su División Resmas Remillas/Formas Continuas. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Magister en Gerencia mención: Administración. Maracay, Universidad Bicentenario de Aragua.

Pineda, A. (2002). Modelo de Gestión Administrativa para Mejorar la Eficiencia Financiera de las Sucursales de la Empresa Láctea Santa Bárbara, C.A. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Magister en Gerencia mención: Finanzas. Maracay, Universidad Bicentenario de Aragua.

Ruiz, J. (1995). Fundamentos para el Análisis de Gestión Administrativa. Caracas: Editorial Panapo.

Sabino, C. (1996). El Proceso de Investigación. Caracas: Editorial Panapo.

Serna, H. (2001). Índices de Gestión. Bogotá, Colombia: 3R Editores. LTDA.

Tamayo y Tamayo, M. (2001). El Proceso de Investigación Científica. México: Editorial Limusa.

Villalba, J. (1997). Menú Estratégico. El Arte de la Guerra Competitiva. Caracas: Ediciones IESA.

Vogel, M. (2003). Balanced Scorecard: Base del Proceso para diagnosticar la Situación Financiera futura de la empresa. Disponible en línea: <http://www.Tablero-decomando.com/ampro>.





Líderes para la hospitalidad comunitaria

Líderes para la hospitalidad comunitaria

Autor

Oliva Paredes

oliva.paredes@hotelescuola.org.ve

Resumen:

La felicidad requiere de dos elementos básicos: la conexión humana y la trascendencia, siendo responsabilidad de toda institución procurarla. El Colegio Universitario Hotel Escuela no escapa a esta demanda, gestionándola desde la hospitalidad; sin embargo, se carece de la riqueza de jóvenes con características de líder comunitario capaz de promover entre sus pares un movimiento dinámico que procure esa conexión humana y la trascendencia por el bien de su entorno. Surge esta iniciativa que tiene como objetivo general “Implementar un Estilo de Liderazgo Promotor de la Hospitalidad para el Desarrollo Endógeno” dirigido al CUHELAV. La investigación se desarrolló bajo la modalidad de investigación acción participante. La metodología se orientó en cinco fases: diagnóstico y planificación. Los informantes claves fueron 40 estudiantes del V Semestre sección “A”. Se usó como técnica la encuesta, como instrumento el cuestionario, contenido de treinta y cuatro ítems, cuatro categorías, con respuestas dicotómicas. Se utilizó para comprobar la validez y la fiabilidad la triangulación entre: investigadora, los estudiantes universitarios y las teorías. En las conclusiones del diagnóstico se evidenció la necesidad de implementar un plan de estrategias motivacionales donde se refuerzan los valores de: pensamiento crítico, solidaridad, compromiso y justicia social. Entre las conclusiones finales se pudo comprobar la necesidad de formar líderes comunitarios promotores de la hospitalidad para el desarrollo endógeno, fundamentados en valores de vida, garantizando un proyecto de vida con sentido de compromiso.

Palabras Claves: Descriptores: Liderazgo Comunitario, Hospitalidad, Desarrollo Endógeno.

I. Introducción

El aprendizaje es un proceso a través del cual se asimila el nuevo conocimiento relacionándolo con algún aspecto relevante ya existente de la estructura cognitiva, tomando en cuenta que la educación y las instituciones educativas, en todos los niveles, son quienes favorecen este aprendizaje, se determina su riqueza potenciando en cada nivel acciones que favorezcan el bien común y que prepare al hombre para vivir en sociedad.

Muchos dicen que a veces hay que diferir la educación en un individuo, los padres la delegan a los maestros, los maestros a las universidades y estas reclaman que fueron los hogares quienes no formaron al hombre. Al pasar por las etapas de crecimiento en el

hombre suceden muchos cambios en el orden biológico, psicológico y corporal, unos son observables a simple vista y otros se manifiestan en conductas y actitudes que se tienen en la relación con los semejantes, todo ello va a depender de los valores que el individuo asuma como propios, los internalice y los ponga en práctica para la vida.

Por tanto, la educación es holística donde el ser humano es integral, es indivisible y su formación debe ser para las ciencias, para el arte, la filosofía, para desarrollar al profesional de forma orgánica, social y gerencial; es una forma de preparar al egresado universitario para la vida en comunidad. El educar es más que dar miles de sermones o imágenes, educar es dar ejemplo, educar es sembrar en los jóvenes un espíritu de servicio, de pensamiento crítico, de compromiso y de justicia social que se refleja en el quehacer de cada día.

Sobre ese argumento, se afirma que la educación es formadora y preparadora de esa convivencia, donde los grupos necesitan de una organización y una estructura, siendo urgente un liderazgo que vaya a transformar las relaciones en diálogo y en calidad de vida para todos aquellos que integran un grupo.

Considerando en este punto el liderazgo como el rasgo que hace que la persona se destaque en la sociedad, a nivel internacional, nacional o localmente. Así mismo, si el liderazgo está acompañado de valores positivos hace de la persona que salga de sí misma y de sus intereses para trabajar por el otro, lo cual sostiene como principio a la hospitalidad, para dirigir mejor la propia vida, la familia, las instituciones e inclusive para el gobierno central; al sembrar estos valores se está garantizando que se tendrán mejores líderes comunitarios en la sociedad.

Es evidente entonces, la inclusión de estos valores dentro de las instituciones y colegios universitarios favorecerá el desarrollo y la formación de los educandos, al activar un estilo de liderazgo comunitario promotor de la hospitalidad, con capacidad de influir positivamente facilitará la conducción de los proyectos de vida inmersos en los mismos propósitos de una comunidad que fortalezca la acción y la promoción de un joven diferente.

Con referencia a lo anterior, es importante reflexionar sobre los valores de vida porque son normas sólidas, incorruptibles y permanentes, todos basados en el valor más importante que es la vida, porque al reunirse en sociedad hace que sea necesario un modelo de organización con líderes que piensan en el bien común. Desafortunadamente,

el término líder comunitario tiene muchas insinuaciones; algunas contrarias al significado que se pretende en la presente investigación. Cuando se pregunta a las personas qué significa ser un líder comunitario, a menudo manifiestan ideas de politiquería o lo asocian con: estar a cargo o en poder para dar órdenes, utilizando a la comunidad para un fin propio, ser el número uno o disfrazar con un sentido poco moral el propósito.

Dadas las condiciones anteriores, de este concepto prevaleciente de liderazgo comunitario, basado en la concentración de poder sobre los otros, necesita ser cuestionado y reemplazado por un significado que se centre en el servicio a los demás. La característica básica de la hospitalidad y de un líder moral deberá ser el espíritu de asistencia: aquel que más vale para la sociedad. En otras palabras, el concepto ideal de liderazgo comunitario es aquel basado en el bien común. El mundo ha hecho creer que el líder egresado de una universidad posee determinados rasgos de personalidad que va un poco más allá de ser un profesional con carisma, elocuencia, belleza y elegancia porque el dirigente no siempre será la persona heroica que salta cuando las necesidades lo requieran.

Muchos son los autores como Covey (2005), quien a lo largo de su libro “El Octavo Hábito” expresa que hay una razón muy simple y universal de que hayan tantas personas insatisfechas con su trabajo y de que la mayoría de las organizaciones sean incapaces de aprovechar el talento, el ingenio y la creatividad de su personal y no lleguen a ser estructuras realmente grandes y duraderas. El arquetipo mental es un paradigma incompleto de quiénes somos, de una concepción fundamental de la naturaleza humana; con este pensamiento surge la pregunta ¿los líderes nacen o se forman? a ello Martí (2005) responde diciendo que “hay líderes que definitivamente nacen siendo líderes con personalidades desarrolladas a muy temprana edad, de los cuales se cuentan muy pocos, pero que la gran mayoría hay que formarlos y que el liderazgo es cosa que se puede aprender” (p.12).

Esta resulta ser una buena noticia para los venezolanos que están esperando que de las universidades surjan personas con capacidad para ejercer el liderazgo con participación activa en la religión, en la comunidad, en la familia, en lo político, entre otros. Urge un estilo de líder que de verdad tenga la conciencia clara para dejar detrás de sí personas formadas con pensamientos críticos, reflexivos, con sentido de pertenencia y solidarios, que defiendan su autonomía y su rol protagónico en la comunidad.

Una comunidad que se definirá según la Ley Orgánica de los Consejos Comunales (2009), en su artículo 4 como: “el núcleo espacial básico e indivisible constituido por personas y familias que habitan en un ámbito geográfico determinado vinculadas por características e intereses comunes; comparten una historia, necesidades y potencialidades culturales, económicas, sociales, territoriales y de otra índole” (p.14).

De lo anterior se infiere, que las familias son los primeros formadores de las personas, son ellos quienes tienen el fin de promover el sentido de cooperación y solidaridad que requiere un líder, sin embargo, cuando el niño entra en edad escolar es responsabilidad de la escuela mantener y fomentar estos valores en el corazón de los niños, niñas y jóvenes que transitan por el aula, dando continuidad en los espacios universitarios. La tarea de formar a otros no es fácil, porque la misión muy bien la expresa Abraham Lincoln, al ser citado por Kotter (1978) cuando dice que: “No se puede ayudar a los hombres haciendo permanentemente por ellos lo que ellos pueden hacer por sí mismos” (p.18). Dando a las universidades la única responsabilidad de facilitar los ambientes para que sus estudiantes asuman desde un papel protagónico, dentro del núcleo básico espacial (comunidad), un compromiso que despliega en todo sentido el desarrollo endógeno.

Desde la perspectiva social, este modelo que potencia las capacidades internas encarna los deseos y propósitos de la sociedad, así como de interacción entre sus miembros, pertinente a la consecución de fines, propósitos, articulaciones y mecanismos que permitan el alcance y disfrute de logros. Así se constata en el libro de Marchioni (2001), cuando define el desarrollo endógeno como la promoción y continuación de procesos participativos de la persona; no incumbe limitar su concepto a la estrategia local sino que debe abarcar la evolución de la sociedad desde lo económico, lo social, lo político, lo ético, lo cultural, de defensa y de autonomía.

Esta manera de trabajar donde la persona sea partícipe implica para Montero (2005), no sólo un crecimiento de energía y de esfuerzo que involucra al líder sino al equipo que junto a él trabaja pues una de sus cualidades es movilizar a la gente y su área de influencia para garantizar sólidos vínculos entre ellos, pues en la comunidad se deben colocar primero los intereses comunes antes que las expectativas individuales. Un principio para esta misma autora de un líder comunitario es la capacidad de priorizar las necesidades, conocerlas, redefinirlas y proponer un plan de trabajo común donde todos participen con alegría y entusiasmo en la transformación de los espacios de vida y las dimensiones posibles, siendo esta la mejor forma para definir la hospitalidad.

Profundizando lo anterior, para Mas (2008), “las personas son, sin lugar a dudas, el fin y el medio de la hospitalidad... su centro medular lo constituyen la misma persona” (p.100, 101). Por tanto, los seres humanos reaccionan y responden ante el mundo que les envuelve de una forma particular, ubicados en tiempo y realidades definidas.

En efecto, quien desee crecer como líder comunitario, promoviendo la hospitalidad, ha de trabajar su proyecto de vida con metas menores que mantengan en constante movimiento la vida de un grupo para enriquecer las aspiraciones de quienes son dirigidos por el liderazgo. Dicho de otro modo, es preciso convertir el compromiso y los anhelos en proyectos donde se planifique el plan de acción que permita inevitablemente el crecimiento de todos sus actores.

En este sentido, las universidades nacionales tienen como objetivo ahondar, en el tiempo actual y la realidad conocida, el proceso de formación integral de manera que de allí surjan ciudadanos críticos, reflexivos, sensibles a las demás personas y comprometidos éticamente con el desarrollo del país; así deja entrever, el artículo 32 de la Ley Orgánica de Educación (2009) cuando expresa entre otras cosas, el propósito de establecer sólidos fundamentos en un ser que es integral para lo humano, las ciencias y la tecnología.

Cuando un joven ingresa al Hotel Escuela de los Andes Venezolanos (CUHELAV) aspira ser formado como protagonista del medio, poseyendo un conocimiento que garantice el éxito como líder de su comunidad, así lo dice el Reglamento y Normas del Hotel Escuela de los Andes Venezolanos (1996) cuando expresa el propósito de la institución al formar hombres y mujeres que tendrán a su cargo personal al cual exigirle calidad, puntualidad, disciplina en todas las áreas de la empresa.

Sin embargo, la mayoría de los estudiantes universitarios que ocupan cargos dentro de la organización estudiantil del CUHELAV se limitan en muchos casos a cumplir demandas de casos aislados, en sus compañeros como lo son: pérdida de unidades curriculares por inasistencia, suspensión de pasantías, incumplimiento del uniforme y bajo rendimiento; resolviendo situaciones que son momentáneas, sin llegar a un verdadero propósito y una real solución, por cuanto los intereses expresados son individuales, sin darse cuenta que el líder que urge para la sociedad pone en primer lugar el bien común ante los deseos particulares, con verdadera proyección en una comunidad que está organizada y que puede coadyuvar efectivamente en un plan acertado que perdure en el tiempo.

Esta realidad es evidenciada por la investigadora al tener permanente contacto con los estudiantes de esta organización y las discusiones presentadas ante los Consejos Académicos de manera reiterativa, por los llamados “líderes estudiantiles”, dejando entrever en la comunidad la débil participación en proyectos, la poca asignación de responsabilidades, la casi inválida delegación de autoridad y lo transitorio del paso de un estudiante por un colegio universitario; determinando un estilo de trabajo de forma aislada, con proyectos individualistas y ambientes solitarios donde se ve que germinan acciones independientes que mueren porque no encuentran posiblemente su trascendencia en una comunidad.

Como consecuencia de este problema, cada vez resuena con mayor fuerza entre los estudiantes del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos, un estilo de liderazgo enmarcado en la sed de poder y la poca voluntad de trabajar, cosa que no difiere cuando surgen organizaciones inoperantes, grupos de estudio inefectivos, jóvenes sin propósito de vida, estudiantes con poca motivación al logro y en consecuencia la formación de seres sin objetivos claros y sin metas, donde se evaden responsabilidades y pocos las asumen atrayendo para sí las consecuencias de enfermedades como dolores de cabeza, estómago y stress, sustentado por los reportes que semanalmente emana CABE. (Coordinación de Asistencia y Bienestar Estudiantil) negando la verdadera vocación del Técnico Superior en Hotelería y Servicios de la Hospitalidad que es el auxilio al extraño donde se ejercen convicciones profundas para educar en la cultura de la hospitalidad.

En ese sentido, se puede afirmar categóricamente que para tener un estilo de liderazgo comunitario en el CUHELAV que favorezca la hospitalidad como fuente del desarrollo endógeno, necesariamente debe estar sustentado por los valores de vida, ya que estos se encuentran íntimamente ligados al quehacer diario al poseer un alto contenido moral e intelectual. Esos valores básicamente son: pensamiento crítico, solidaridad, justicia social, y el compromiso que unidos deben ir a la verdad, la unidad, la libertad, la paz, la armonía y la vida. Por estas razones, se fundamenta que sin valores de vida, no puede haber líderes que busquen el bien comunitario y por tanto, no hay el desarrollo endógeno, que busca potenciar las capacidades internas del individuo y su comunidad.

Por tal razón, la presente investigación tiene como propósito activar un estilo de líder comunitario promotor de la hospitalidad para el desarrollo endógeno para el CUHELAV, por cuanto, la sociedad actual demanda un joven que se desempeñe con éxito en la tarea encomendada, proyectándose en la colectividad, con todas las herramientas ne-

cesarias para la toma de decisiones democráticas para su generación, validando, difundiendo, apropiándose y reapropiándose desde y hacia todos los espacios sociales. Sólo en esa medida será posible una educación de calidad para la formación del profesional que tiene cabida en su comunidad.

Para ello, se requiere de una formación y una motivación que surja desde que se forma en los ambientes universitarios, se espera que esta persona además de su riqueza académica posea un desarrollo personal con una actuación dentro del medio que se corresponda con su manera de pensar y sentir en acogida al propio y al extraño, con sentido de cooperación, solidaridad y justicia como valores de convivencia, todo esto traducido a ser un gerente que de la academia egrese con visión de futuro, con coraje, con una aspiración elevada que no se conforme con lo bueno sino con la excelencia.

De la problemática planteada y a través del presente estudio surgen las siguientes interrogantes: Al analizar los diferentes tipos de liderazgo ¿Se encaminará al estudiante universitario del CUHELAV a un estilo de liderazgo comunitario promotor de la hospitalidad en el desarrollo endógeno?, ¿Qué estrategias motivacionales se habrán de realizar para que el estudiante universitario de Hotelería y Servicios de la Hospitalidad tenga como estilo un liderazgo comunitario promotor de la hospitalidad en el desarrollo endógeno?. Al planificar, ejecutar y evaluar las estrategias presentadas, ¿Se activará en el CUHELAV el estilo de liderazgo comunitario promotor de la hospitalidad en el desarrollo endógeno? y por último, ¿La sistematización podrá producir la espiral deseada en la investigación?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

Proponer un Estilo de Liderazgo Comunitario que promueva la Hospitalidad para el Desarrollo Endógeno en los Estudiantes del Colegio Universitario, Hotel Escuela de los Andes Venezolanos, Municipio Libertador del Estado Mérida.

Objetivos Específicos:

Diagnosticar los estilos de liderazgo que poseen los estudiantes del Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos para la promoción de la hospitalidad en el desarrollo endógeno.

Planificar estrategias motivacionales para que se promueva un estilo de liderazgo comunitario en los estudiantes de la colectividad universitaria antes descrita con la finalidad de que se active la hospitalidad para el desarrollo endógeno.

Apartado II

La presente investigación de acuerdo a sus características y objetivos se ubica dentro del Paradigma cualitativo, bajo el desarrollo de investigación-Acción Participante, dado que se pretendió no sólo conocer la problemática, sino describir un evento en su ambiente natural, sin intervenir o condicionar la situación a fin de resolver el problema planteado a través de la implementación del liderazgo comunitario que promueva la hospitalidad en el desarrollo endógeno. Permitiendo con ello, que los universitarios del Hotel Escuela de los Andes Venezolanos conozcan e incorporen como hábitos de vida los valores que los pueden caracterizar dentro de una comunidad diferente, dinámica, divertida y participativa, donde el estudiante universitario sea el constructor de su propio crecimiento y el líder el facilitador del desarrollo de su comunidad.

Descripción de la metodología:

El trabajo de investigación que se describe, está orientado dentro de la investigación acción participante, siguiendo una secuencia lógica de acciones metodológicas, que orientaron y condujeron el estudio hacia los resultados rigurosos, sistemáticos y críticos.

La Metodología de investigación es, Investigación Acción Participativa, según Hurtado y Toro (2001) hacen referencia a diversos esfuerzos por desarrollar enfoques investigativos que impliquen la participación de personas que han de ser beneficiadas por la investigación y de aquellas con quienes ha de hacerse el diseño, la recolección y la interpretación de la información...Uno de los principales objetivos es conocer la forma como se interpreta las estructuras especiales para desarrollar actividades comunes a través de organizaciones. (p.118)

Tomando en cuenta lo antes citado permite señalar, que el investigador ejerce una doble función, investiga la problemática planteada y a su vez, participa de la acción. La metodología seleccionada favorece la labor de la autora; por cuanto se encuentra inmersa en el contexto de estudio, como miembro del personal docente, ejerciendo funciones educativas y de investigador a tiempo completo en el CUHELAV, siendo el conocimien-

to esencial para el desarrollo del ser humano como productor de información; el discernimiento se convierte en estrategia para construir, comprobar, articular, corregir y organizar sus representaciones

En este sentido, Sosa (2004, p. 28) señala que “el fin último de la investigación acción es que el educador emprenda las acciones necesarias para mejorar la práctica”, en lugar que los docentes sean investigados por personas ajenas a su propia comunidad escolar, o a la institución, son ellos mismos los llamados a la reflexión constante como investigadores-docentes para mejorar su propio desempeño.

El procedimiento metodológico está fundamentado por Hurtado y otros (2001, p.120) “como una investigación que comprende cinco fases: diagnóstico y planificación. En próximas publicaciones de ejecutará y se sistematizará el proceso.

I. Diagnóstico

Ésta fase se caracteriza por identificar el problema y la recolección de las fuentes primarias de información. Para ello, se realizaron conversaciones informales con algunos estudiantes de diferentes universidades que hacen vida en el Estado Mérida, de igual forma, se llevó a cabo una observación directa de la actuación de los estudiantes del CUHELAV en diversas comunidades donde realizan su servicio comunitario para recabar información acerca de las posibles situaciones que caracterizan el problema en estudio.

En esta fase se indagó entre los estudiantes los diversos paradigmas de liderazgo que incorporan en sus acciones para dirigirse a la comunidad, desde la perspectiva educativa y de formación se orientó el cambio de la realidad social o individual. Así pues toda esta situación permitió a la investigadora identificar los obstáculos, el origen y evolución de la situación problemática a estudiar y la cual fue la posición de las personas implicadas en la investigación ante este problema.

II. Planificación

Esta fase comprende el camino a seguir una vez conocido los resultados del diagnóstico, aquí se consideran las acciones pertinentes para enfrentar el problema, partiendo de los diversos factores que de una u otra forma puedan tener injerencia en la toma de

decisiones. En esta etapa se planificaron las estrategias motivacionales a través de un cronograma de actividades a ser consideradas en la solución del problema, partiendo de las necesidades halladas en el diagnóstico. Estas se orientaron hacia la implementación de un estilo de liderazgo comunitario que promueve la hospitalidad para el desarrollo endógeno.

Informantes claves

Los informantes son los entes involucrados en la problemática a estudiar. Para Rodríguez (2002, p.28) “Los informantes considerados en una investigación cualitativa se eligen porque cumplen ciertos requisitos, en el mismo contexto, educativo...” Por consiguiente, estos juegan un papel protagónico dentro de la investigación, pues introduce al investigador ante los demás, los mismos pueden entre otras cosas, sugerir ideas y ponerlo al tanto de los peligros que se pueden presentar en la investigación.

En ese mismo orden de ideas, según Nube y Sánchez (2003, p.194) los informantes claves son “el conjunto de individuos que interactúan en una situación dada... caracterizados por una asociación y cooperación íntima dentro de una situación y contexto preciso, se denominan grupos de acción...”

Partiendo de esta premisa, para esta investigación se seleccionaron los 40 estudiantes que conforman el quinto semestre sección “A” del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos, la selección de estos informantes responde a que son los estudiantes más próximos a tener un encuentro con las comunidades y donde es palpable medir el cambio que se desea con esta investigación al pretender implementar en los estudiantes universitarios un estilo de liderazgo promotor de la hospitalidad en el desarrollo endógeno.

Recogiendo Evidencias:

En la presente investigación para la recolección de datos se utilizaron procedimientos que permitieron recopilar todo tipo de información para el estudio en cuestión, según Arias (2004, p.18) hace mención a “las distintas formas y maneras de obtener la información”, se utilizó la técnica de la encuesta, en donde Pérez (2000, p.81) afirma que “Es una técnica de investigación que averigua a través del análisis de las respuestas dadas

por determinado número de personas, que consisten en la obtención de datos de interés...” La misma se seleccionó porque la opinión de los informantes es de gran utilidad y suministran datos en relación al problema de esta investigación.

Para esta investigación se utilizó un cuestionario, precisado por Arias (2004, p.74) como “el instrumento que se suministra a varias personas que conozcan acerca del tema y a otras que hayan tenido alguna experiencia establecida en la investigación”.

Este instrumento estuvo conformado por 34 ítems, en cuatro categorías, aplicado por parte de la investigadora a los estudiantes del quinto semestre sección “A”, del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos, siendo de tipo cerrado, el mismo autor plantea que los ítems responden a criterios de respuesta cerradas; con alternativas afirmativas o negativas, donde expresan una opinión del tema propuesto.

A estas categorías se les denominó: Líder que va desde el ítem 1 hasta el número 4, liderazgo comunitario que abarca desde la pregunta 5 hasta la 15, líder universitario del CUHELAV que comienza desde la pregunta 16 hasta la 28 y por último Liderazgo y Hospitalidad que se tomó desde la pregunta 29 hasta la 34.

III. Conclusiones del diagnóstico

Una vez aplicado el instrumento se hacen necesarias las estrategias motivacionales para implementar un Estilo de Liderazgo Comunitario Promotor de la Hospitalidad para el Desarrollo Endógeno, en el Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos, en la ciudad de Mérida, se llegaron a las siguientes conclusiones:

Donde se pudo constatar que los estudiantes universitarios no saben que los líderes se pueden formar, aspecto preocupante porque el líder nace y se desarrolla dentro de una sociedad, donde el ejercicio del liderazgo debe ir en función del colectivo y su rol es fundamental para alcanzar objetivos comunes, teniendo presente valores de vida como el pensamiento crítico, el coraje y el trabajo en equipo.

Cuando se analiza el compromiso del líder comunitario con los valores y principios morales, la investigadora comprobó en las respuestas de los estudiantes que las responsabilidades no son compartidas en el ejercicio de sus obligaciones, no defienden

los intereses comunes por encima de los personales, no practican principios de justicia social al tomar decisiones, prevalece el egoísmo entre ellos y no hay respeto hacia los profesores, ni hacia sus comunidades.

También se pudo comprobar con las respuestas emitidas por los encuestados que los estudiantes del Colegio Universitario no han entendido el valor de la promoción de la hospitalidad, eje fundamental de la formación de su carrera, única en el país y donde se ve el semillero en las próximas generaciones de valores claros y bien definidos para cambiar la realidad venezolana en la carencia de líderes comunitarios preparados con vocación de servicio y definidos por un proyecto que busca el bien común.

Por estas razones se ha de repetir que todo líder comunitario promotor de la hospitalidad debe inquirir el bien común antes que los intereses personales, todo aquello que haga crecer a las organizaciones en sus metas y no sólo el aumento del ego que hace que una persona anhele sólo sus fines. Para ello se requieren personas que tengan sus bases centradas en los valores y en los principios morales, enamorados de su trabajo, donde el espíritu que reine sea el de confianza, optimismo, seguridad, compenetrado con la realidad de su entorno y hasta en cierto sentido identificado plenamente con sus seguidores, sus necesidades y sus capacidades.

Es decir, el líder comunitario promotor de la hospitalidad debe tener la dimensión de ser un forjador de futuros líderes, donde con su ejemplo sea capaz de representar para su equipo una persona íntegra, coherente con las normas, favorecedora del espíritu del trabajo en equipo, la solidaridad y la fraternidad.

Por cuanto, al lograr “Proponer un Estilo de Liderazgo Comunitario Promotor de la Hospitalidad para el Desarrollo Endógeno” en los jóvenes del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos, con características de un líder auténtico se anhela que lleguen a las comunidades capaces de creer que el liderazgo es una forma de vivir, pensar y sentir; son ellos quienes pueden construir metas y objetivos alcanzables dentro de las instituciones universitarias, trascender las barreras y las paredes de las empresas para llegar a trabajar por el bien de las comunidades, el estado y el país.

IV. Plan de actividades

Plan de acción con estrategias motivacionales dirigido a los(as) estudiantes del Colegio universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos.

Tabla 1

Plan de actividades

Estrategia	Actividad	Recursos		Tiempo	Horas por taller
		Humano	Materiales		
Taller teórico-Práctico Liderazgo	Motivación: encuentro de líderes del siglo XXI Exposición: Líder, líder de frecuencia positiva Vida en comunidad Liderazgo comunitario Valores personales Hospitalidad Desarrollo endógeno	Por definir	Video beam Láminas de papel bond marcadores	1 jornada 2 jornadas de 6 horas cada una	16
Taller Teórico-Práctico Comunidad y Liderazgo	Exposición sobre: Convivencia de los participantes en comunidades Visita a una comunidad Casos de comunidades Visita a empresas “ de economía de comunión” Líderes positivos y negativos		Video beam Láminas de papel bond Marcadores Transporte Cámara de video o fotográfica	3 jornadas de 8 horas las dos primeras y de 5 horas la tercera	21
Taller Teórico-práctico Líderes empresariales y comunidad	Explicación sobre: Liderazgo comunitario promotor de la hospitalidad Valores: pensamiento crítico, justicia social, solidaridad y Compromiso Visión empresarial comunitaria Visión proactiva y responsabilidad social Promotores de una cultura que conduce al desarrollo endógeno Ideal de joven líder comunitario emprendedor		Video beam Láminas de papel bond marcadores	4 jornadas de 3 horas cada una	12

Objetivo General: Promover el liderazgo comunitario en hospitalidad, con participación ciudadana activa, preparados y conscientes de su responsabilidad en la sociedad; para los(as) alumnos(as) de V semestre del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos.

Meta: Lograr la formación integral en liderazgo comunitario en hospitalidad de los estudiantes del V semestre, para el beneficio y fortalecimiento propio, de la familia y la comunidad.

Tabla 2

Taller número 1

Objetivo específico	Contenido	Estrategia	Actividad
Propiciar el análisis con los(as) estudiantes del V semestre del CUHELAV los conocimientos básicos sobre liderazgo comunitario en hospitalidad	Líder Líder de influencia positiva Vida en comunidad Liderazgo comunitario Valores personales Hospitalidad Desarrollo endógeno	Taller Teórico-práctico	Encuentro motivacional descubriendo el liderazgo Saludo de bienvenida Actividad motivacional Presentación de la facilitadora Dinámica de presentación Primera jornada Desarrollo del taller a través de una mesa redonda y panel Segunda jornada Desarrollo del taller con reflexión con mesa redonda y panel. Actividad de cierre para el taller uno

Tabla 3

Taller número 2

Objetivo específico	Contenido	Estrategia	Actividad
Confrontar las teorías y las experiencias de los estudiantes del V semestre con las realidades básicas en las comunidades	Convivencia de los participantes en las comunidades Visita a una comunidad Casos de comunidades Filosofía de "Economías de comunión" Líderes positivos y negativos	Taller Teórico-práctico	Primera jornada Visita organizada a la comunidad Desarrollo del taller de convivencia comunitaria Bienvenida y motivación Liderazgo comunitario Autoestima, motivación, logros Personales y familiares
Construir con los estudiantes del V semestre el ideal de un líder comunitario promotor de la hospitalidad para el desarrollo endógeno	Liderazgo comunitario promotor de la hospitalidad Valores de convivencia comunitaria: Pensamiento crítico, justicia social, solidaridad y compromiso Visión empresarial comunitaria Visión proactiva y responsabilidad social Promotores de una cultura que conduzca el desarrollo endógeno Ideal de joven líder comunitario emprendedor	Taller Teórico-práctico	Desarrollo del taller en mesas de trabajo Galería de conocimiento y panel Equipos de trabajo y alto desempeño

V. Conclusiones del estudio

Frente a un mundo llevado por la competencia, por el querer ser más que los demás y donde los valores éticos y la moral cada día van perdiendo el sentido real de tenerlos por el bien de todos, es fácil encontrar contradicciones entre el hogar, la escuela y la realidad de los jóvenes en los ambientes universitarios. Es una constante ver que cada vez el niño y el joven de hoy actúan de forma aislada. La educación parece no estar cumpliendo con el rol principal que es el de crear en el hombre un sentido de pertenencia a la sociedad, un compromiso socializador de la persona.

La sociedad venezolana siente la necesidad de que ese proceso socializador se vea marcado por los valores que van a resguardar el interés común de todas las personas que habitan el país, por tanto, el estudio muestra como desde la universidad la falta de formación lleva al hombre por este camino, conformándose con sólo fabricar grandes cerebros necesarios, pero carentes de integridad. Los jóvenes por un sentido de ser diferentes reclaman espacios donde formarse para enfrentar el mundo, son ellos a quienes se pueden enriquecer con cualidades positivas para que las comunidades se vean favorecidas al tener personas con pensamiento crítico, solidarias, justas socialmente y con un sentido de compromiso social.

Al tener dentro de las instituciones universitarias espacios y ejemplos en formación para estos jóvenes, se tendrán alumnos brillantes, realizados, con esperanza y con proyectos de vida capaces de irradiar en sus familias, en sus comunidades, en los estados y en el país un liderazgo comunitario que mueva y que arrastre a un trabajo por el bien común, es decir que este liderazgo sea reforzado por valores que vayan en función no sólo de ellos como actores principales, sino de los intereses que pueden ser para el beneficio de muchas personas.

Como consecuencia de las observaciones hechas, queda claro que existe un vacío en las escuelas y en las universidades de formación profunda y adecuada que lleve los jóvenes a ser protagonistas de un liderazgo comunitario de influencia positiva por estar enmarcado en valores.

En los colegios universitarios, particularmente en el CUHELAV, existen muchos grupos estudiantiles, pero la formación no se adecúa a la de dirigentes comunitarios siendo prioridad considerarla para todos los formadores en sus aulas como un “Semillero de

Líderes”, ya que por naturaleza son iniciados desde el aula a tener roles como representantes del semestre o delegados, lo que hace falta en ellos es el cultivo de los valores que pueden marcar la diferencia.

Al palpar esta problemática, analizarla y corroborarla a través de un instrumento se propuso Implementar un Estilo de Liderazgo Promotor de la Hospitalidad para el Desarrollo Endógeno para los estudiantes del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos, donde se forme a estos nuevos líderes comunitarios en valores, siendo parte de su carrera como contenido la hospitalidad, valor que debe ser actitud y aptitud que distingue a cada uno de los jóvenes que ingresa en la institución.

Desde esta perspectiva, después de aplicado el instrumento, se pudo comprobar la necesidad de formar líderes comunitarios promotores de la hospitalidad, garantizando la formación en los ambientes universitarios, como protagonistas de su propio desarrollo, para facilitar la realización en los jóvenes de su proyecto de vida con sentido de compromiso y de liderazgo positivo.

Referencias y citas

Arias, F. (2004). El Proyecto Investigación: Introducción a la metodología científica. 4ª Edición. Editorial Episteme. Venezuela.

Covey, S (2005). El Octavo Hábito. New York: Grijalbo.

Kotter, J. (1997): El mito de un líder. USA. Wesley Publishig.

Hurtado y otros (2001) Proyecto de Investigación. Carabobo. Venezuela. Editorial Episteme.

Ley Orgánica de Educación. (2009). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela (N° 5929) Venezuela.

Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior. (2005): Venezuela.

Ley Orgánica de los Consejos Comunales (N°. 39.335) (2009) Venezuela.

Marchioni, M. (2001). Desarrollo Endógeno. Comunidad y Cambio Social. Madrid. Editorial Popular.

-
- Mas, M. (2008).** Desarrollo Endógeno. Cooperación y Competencia. Caracas. Venezuela: Panapo.
- Montero, M (2005).** Teoría y Práctica de la Psicología Comunitaria. Buenos Aires. Paidós.
- Montero, M (2006).** Construyendo el Poder Popular. Buenos Aires. Paidós.
- Nube y Sánchez. (2003).** Metodología Cualitativa en la Educación. Compendio, Cuadernos Monográficos Candidus, (1).
- Pérez, J. (2000).** Investigación Cualitativa. Retos e Interrogantes. Editorial Muralla. Madrid
- Reglamento de los Institutos y Colegios Universitarios (1996).** Caracas/Venezuela.
- Reglamentos y Normas del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos. (1996).** Mérida/Venezuela.
- Rodríguez, G. (2002).** Metodología de la Investigación Cualitativa. Venezuela.
- Sosa, Y. (2004).** Investigación Acción una Metodología Docente. Espacios y perspectivas. Fondo Editorial IPASME.



Colegio Universitario
Hotel Escuela
de Los Andes Venezolanos