

Generando Conocimiento para una Mirada Endógena del Turismo

Turismo en COMUNidades

ISSN

Depósito Legal
ppi201402ME4569

Año 3 N°1

Enero - Julio 2017

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

Gladis Ayala
Directora Gerente

Comité Editorial:

William Diaz
Juan Lujan
María A. Petrizzo P.

Esta obra se rige bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-
Compartir Igual 4.0
Internacional

Colegio Universitario Hotel Escuela
de los Andes Venezolanos

Teléfonos:

0274-252.22.39
0274-252.40.24
direccion@hotelescuela.org.ve
www.hotelescuela.org.ve
cenitur@hotelescuela.org.ve
@cuhelav_oficial



Presentación 2

Adecuación de los Procesos de Estructura de Costos en el
Área de Alimentos y Bebidas de Lidotel Hotel Boutique
Valencia 3

Desarrollo Endógeno Sustentable en Agroecoturismo 10

Desarrollo Endógeno Sustentable en Turismo
Gastronómico 12

Modelos de Negocios Turísticos en Venezuela 16

Plan de Acción Para Brindar Servicios de Calidad
a Personas con Discapacidad Visual y Auditiva en
Establecimientos de Alojamiento Turístico Colegio
Universitario Hotel Escuela De Los Andes Venezolanos 22

Propuesta de Reestructuración del Menú en el Restaurante
Blanc del Tibisay Hotel Resort C.A. Estado Mérida 28

Referencias 33

Presentación

El proceso de aprendizaje no tiene por qué ser lineal como nos han dicho que es. Esto es aún más cierto, cuando nos paseamos por la educación de aquellos/as quienes forman y también por la educación orientada a espacios del saber que no son, ni siquiera formalmente, aceptados por la academia tradicional como espacios del saber.

En la Universidad Nacional del Turismo, Núcleo Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos, hemos emprendido desde hace ya varios años, la tarea de ofrecer alternativas de formación a los docentes y también a otras personas involucradas en las actividades turísticas de nuestro estado a quienes, incluso, ya hemos venido involucrando en espacios como las Comunidades de Aprendizaje, configurándose como maestros y maestras capaces de liderar procesos de investigación surgidos de su quehacer cotidiano.

Esta edición de la revista Turismo en Comunidades, tiene como propósito, ofrecer un espacio de divulgación para ofrecer a nuestros/as lectores/as los trabajos más destacados del proceso de presentación de monografías de grado para obtener títulos de Técnico Superior Universitario en Hotelería y

Servicios de la Hospitalidad, y Licenciados/as en Desarrollo Endógeno, mención Gestión Turística.

Encontraremos, por tanto, resúmenes presentados por sus autores/as en ocasión de presentar a un público más diverso el producto de sus investigaciones, con plena conciencia del papel determinante que esta publicación puede suponer como punto de inicio para ofrecer en adelante, un conjunto de miradas del hecho turístico que logre superar su condición estrictamente técnica y poder trascender a un espacio en el cual la investigación, más que un hecho excepcional en la vida de quien la practica, se configure como un hecho cotidiano y no por ello menos trascendental, que logre nutrir todo el accionar individual y por supuesto también el colectivo.

Les animamos a transitar por las páginas de esta edición, que deseamos pueda ser para ustedes de una aproximación tan significativa al hecho turístico como lo ha sido para nosotros/as la selección de su contenidos.

El equipo editorial.

Adecuación de los Procesos de Estructura de Costos en el Área de Alimentos y Bebidas de Lidotel Hotel Boutique Valencia

Autor:

Yaleska Velásquez

E-mail: yaleska.velasquez@hotelescuola.org.ve

RESUMEN

El control de costos resulta ser una actividad de suma importancia para las empresas hoteleras del país, más aun teniendo en consideración la delicada situación económica actual que afecta a todo el territorio nacional. Es por esta razón que se elaboró una propuesta que persigue el mejoramiento del sistema de costos con el fin de obtener los mejores resultados en materia económica para la empresa, buscando siempre la sustentabilidad y bienestar de la compañía. Al no existir en el sistema de costos actual un correcto seguimiento del comportamiento de la cuenta funcionarios, los consumos que allí se registran pueden afectar de manera desfavorable a los ingresos de la empresa generando a futuro, pérdidas de dinero exorbitantes. Con la ejecución de la propuesta aquí presentada, se otorga la posibilidad a la empresa Lidotel a tener un mayor y mejor control sobre el comportamiento de la cuenta funcionarios, no sólo en Lidotel Hotel Boutique Valencia, sino en todos los hoteles que forman parte de la cadena.

Descriptor: costos, funcionarios, alimentos y bebidas, diagrama de flujo, control.

INTRODUCCIÓN

Históricamente, la industria de la hospitalidad ha marcado una gran y notable importancia en los mercados de comercialización mundial. Como consecuencia de esto, las empresas hoteleras y de la hospitalidad generan grandes ingresos, los cuales se multiplican más día tras día, a medida que las cifras de los consumidores también crecen. Sin embargo, los ingresos generados pueden crear dificultades si no existe un control sobre los costos que inevitablemente se generan como derivado de poder prestar todos los servicios que se ofrecen.

El objetivo principal del presente trabajo, es el adecuar el proceso de costos en las cuentas funcionarios en Alimentos y Bebidas del Lidotel Hotel Boutique Valencia, a través del diseño de un diagrama de flujo. Así pues, con la puesta en ejecución de esta propuesta, se busca en primera instancia el reducir los consumos de los funcionarios (al menos a nivel monetario). Asimismo, es necesario implementar la aplicación de un proceso de seguimiento rígido al comportamiento de la cuenta funcionarios, para evitar complicaciones a futuro respecto a los niveles monetarios de consumos que allí se registran mensualmente.

ACERCA DE LA EMPRESA

En el año 2008 se abrieron en Valencia, Edo. Carabobo las puertas del Lidotel Hotel Boutique Valencia de la mano del empresario israelí—venezolano Salomón Cohen Levy. El hotel cuenta con una categoría cuatro estrellas y se encuentra ubicado frente al centro comercial Sambil. Lidotel Hotel Boutique Valencia es el segundo de los siete hoteles de la cadena Lidotel.

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El departamento de Alimentos y Bebidas juega un papel muy importante en los procesos rentables de cualquier empresa hotelera. Este departamento se destaca por la elaboración de productos que satisfacen las necesidades de los usuarios, a través del diseño de estrategias adaptadas a las demandas de los consumidores, es por ello que “el control de costos de alimentos y bebidas requiere de mucha atención porque representa el gasto más importante en que se incurre diariamente” (Cisneros Mustelier, Lourdes; Pozo Mitjans, Robert; Espinosa Manfugas, Julia, 2011, P.59).

En el mismo orden de ideas, es necesario hablar entonces de la rentabilidad del departamento de Alimentos y Bebidas de Lidotel Hotel Boutique Valencia. El sistema funciona bajo una serie de pasos diseñados para el mayor control posible del movimiento de las cuentas y sus comportamientos; en este caso, se hablará sólo de la cuenta funcionarios. La principal función de esta cuenta es de registrar bajo su nombre todos los consumos de los funcionarios, quienes de acuerdo a los registros en el departamento de administración, son aquellos departamentos a los cuales se les registra o adjudican los consumos, siendo estos:

- Recepción (RECEP).
- Alimentos y Bebidas (AYB).
- Teléfono (TEL).

- Ama de Llaves (HSK).
- Administración (ADMÓN).
- Gerente de Operaciones (G.O.).
- Ventas (VTAS).
- Mantenimiento (MANT).
- Seguridad (SEG).
- Computación (COMP).
- Recursos Humanos (RRHH).

De igual manera, en la cuenta se registran los consumos de la Relación con Empleados, siendo estos:

- Redoble (REDOBLE).
- Cumpleaño del mes (C.MES).
- Fiesta empleados (F.EMP).
- Pasante (PASANTE).

Y por último, en la cuenta también se registran los consumos realizados bajo la connotación de Relaciones Públicas, quedando bajo el registro los siguientes nombres:

- Ventas (RRPP VENTAS).
- Recepción (RRPP RECEP).
- Atención en Habitaciones (AT HAB).
- Atención en AyB (AT AYB).
- Consumo de Propietaria (DIRECTIVO).
- Consumo Corporativo (HCL).
- Gimnasio Lido (LIDO).

*NOTA: entre paréntesis se señala la referencia de los funcionarios al momento de su registro en la cuenta.

Con el objeto de entender cuál es la problemática que afecta a la empresa, se dice que existe un buen control por parte de la empresa en cuanto al manejo de la cuenta funcionarios. Sin

embargo, quienes se encargan de registrar los datos en el sistema, no realizan un seguimiento riguroso del comportamiento de la cuenta. A pesar de existir un registro diario de los consumos, en donde se señalan tanto el nombre de quienes realizan los consumos, el motivo y la cantidad monetaria, y a pesar también de que tanto el área de Costos como el Departamento de Alimentos y Bebidas manejan esta información diariamente, la cuenta funcionarios ha presentado comportamientos adversos a los resultados que naturalmente se esperan.

Sólo en el mes de agosto del año en curso se registraron tres (3) días en los cuales los consumos de la cuenta funcionarios superaron las ventas de alimentos y bebidas (ver anexo 1), y ni el departamento de alimentos y bebidas, ni el área de costos, se alertaron con estos resultados debido a una aparente indiferencia respecto al comportamiento de la cuenta.

Fecha.	Funcionarios Alimentos.	Funcionarios Bebidas.	Total Funcionarios.	Ventas Diarias Alimentos.	Ventas Diarias Bebidas.	Total Ventas Diarias.	Diferencia.
02/08/16	Bs 186.066,64	Bs 2.826,82	Bs 188.893,46	Bs 119.588,00	Bs 18.329,00	Bs 137.927,00	-Bs 48.139,64
13/08/16	Bs 145.082,00	Bs 7.060,00	Bs 152.142,00	Bs 97.454,60	Bs 18.780,00	Bs 116.234,60	-Bs 35.907,40
24/08/16	Bs 248.247,00	Bs 14.437,64	Bs 262.668,64	Bs 131.315,00	Bs 49.852,52	Bs 181.167,82	-Bs 81.516,82
Total Diferencia:							-Bs 165.563,86

Anexo 1. Cuadro diferencial entre consumos diarios de funcionarios y ventas diarias de Alimentos y Bebidas (agosto 2016).

Hecha la observación anterior, es un problema que es necesario atender, debido a que los consumos de la cuenta funcionarios superan las ventas diarias de Alimentos y Bebidas, significando sólo que existe una fuga de dinero indirecta o de pérdida para la empresa, pues los consumos de la cuenta funcionarios no generan ingresos de ningún tipo, debido a que es la misma empresa quien cubre los consumos que allí se generan.

Al mismo tiempo, el comportamiento de la cuenta funcionarios puede agravarse, en el sentido de que los consumos aquí registrados, puedan superar con mayor frecuencia las ventas diarias de alimentos y bebidas. Al comparar los consumos registrados en la cuenta entre el primer trimestre del año 2014 y los consumos de los meses junio, julio y agosto (elegidos aleatoriamente) del 2016, se pudo observar un aumento monetario de Bs. 7.442.950,11, lo que representa un acrecentamiento de 1.469,84% en los consumos (ver anexo 2).

TOTAL DE CONSUMO DE ENERO- FEBRERO- MARZO 2014 (BS)	Bs 506.378,32
TOTAL DE CONSUMO DE JUNIO-JULIO-AGOSTO 2016(BS)	Bs 7.949.328,43
DIFERENCIA.	Bs 7.442.950,11
PORCENTAJE DE AUMENTO.	1469,84%

Anexo 2. Aumento de consumos de funcionarios de Lidotel Hotel Boutique Valencia entre el 2014 (enero - febrero - marzo) y 2016 (junio - julio - agosto).

De seguir por esta senda, los consumos seguirán aumentando en cantidades exorbitantes, pues, al no existir un control estricto en los consumos, los funcionarios seguirán en potestad de consumir alimentos y bebidas en la empresa sin ningún tipo de limitante o restricción alguna, por lo cual es necesario encontrar una solución inmediata al conflicto antes de que este amplíe su magnitud.

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

- Diseño de un diagrama de flujo para optimizar el sistema de costos respecto a la cuenta funcionarios.
- Elaboración de un sistema de control enfocado a limitar el uso de la cuenta funcionario a ocasiones puntuales estableciendo

un límite de consumo para cada departamento de acuerdo a las características y necesidades laborales.

- Formación dirigida a los trabajadores respecto al sistema de costos, enfocado en la cuenta funcionarios para su consideración y potencial regulación de consumos de Alimentos y Bebidas en el hotel.

LA PROPUESTA

Adecuación de Los Procesos de Estructura de Costos
en el Área de Alimentos y Bebidas
de Lidotel Hotel Boutique Valencia.

Presentación

El principal objetivo de la propuesta de este trabajo, es el diseño de un diagrama de flujo para adecuar el sistema de costos respecto a la cuenta funcionarios en Lidotel Hotel Boutique Valencia. La misma, está estructurada a través del desglose de los procedimientos operativos y administrativos que involucran el registro de consumos en la cuenta funcionarios, añadiendo procedimientos distintos a la estructura, en orden de lograr la optimización necesaria en el sistema de acuerdo a las necesidades encontradas. De igual manera, entre los propósitos que se derivan de la propuesta se encuentran: corregir fallas ofreciendo alternativas de solución para un mayor control de los consumos; otorgar un proceso de seguimiento exhaustivo al comportamiento de la cuenta funcionarios y evitar complicaciones potenciales en el sistema de costos del departamento de Alimentos y Bebidas del hotel a futuro.

Justificación

Evidentemente, el control de costos describe los esfuerzos que realizan los departamentos administrativos de las empresas con el fin de vigilar, evaluar y reducir gastos. En concordancia con lo expuesto, se precisa que, “el control de costos, es entendido como el proceso que permite determinar si las previsiones presupuestales se están cumpliendo, tomar a tiempo los correctivos necesarios, cuando sea posible, y modificar a tiempo las expectativas de utilidad, cuando no lo sea”. (Consuegra, 2012, ConstruData).

Partiendo de los supuestos anteriores, un buen gerente comprende la importancia del control del sistema costos para el bienestar económico de la empresa. Las cuentas llenas de diferenciales negativos, pueden comerse rápidamente los ingresos generados. Un plan efectivo para el control costos se centra en la reducción de gastos en todas las actividades de la empresa; éstas varían según el tipo de negocio; sin embargo, el concepto de control de costos sigue siendo el mismo.

En este mismo orden y dirección, es necesario enfocar el tema en la problemática que observó la autora, en la empresa de alojamiento Lidotel Hotel Boutique Valencia. El hotel registra en su sistema de costos, más específicamente en la actividad de la cuenta funcionarios, porcentajes de consumos altamente extraordinarios por parte de distintos consumidores, que ahí registran sus ingestas, sean estas de alimentos, bebidas o ambas.

Con el fin de ilustrar lo anterior, para el año 2016 los consumos totales de la cuenta funcionarios en los meses junio, julio y agosto, arrojaron un total de Bs. 7.949.328,43 comprobando posteriormente que sólo el 19,88% de los consumos fueron llevados a cabo por los jefes departamentales, destacando entre ellos los consumos del Gerente de Operaciones, los cuales repre-

sentan en su totalidad un 10,57% (ver anexo 3). Hechas las consideraciones anteriores, es necesario señalar que los consumos de los Jefes Departamentales representan el porcentaje más alto del trimestre sugerido.

Total de consumo Junio- Julio-Agosto 2016 (Bs)	Bs 7.949.328,43	100%
% de consumos Gerente de Operaciones	10,57%	
% de consumos Jefe de Alimentos y Bebidas	3,32%	
% de consumos Gerente General	3,42%	
% de consumos Jefe de Recepción	0,03%	
% de consumos Jefe de Seguridad	1,57%	
% de consumos Jefe de Ventas	0,20%	
% de consumos Jefe de Administración	0,15%	
% de consumos Jefe Nocturno	0,58%	
% de consumos Jefe de Ama de Llaves	0,01%	
% de consumos Jefe de RRHH	0,03%	
Total % de consumos de Jefes Departamentales.	19,88%	

Anexo 3. Representación porcentual del consumo de los Jefes Departamentales de Lidotel Hotel Boutique Valencia con respecto al total de consumos del 2016 (junio-julio-agosto).

Por las consideraciones anteriores, se sugiere entonces, crear estrategias de control para la cuenta funcionarios de la empresa Lidotel Hotel Boutique Valencia, que incluyan implementar un límite máximo monetario en los consumos de quienes se registran en la cuenta, de acuerdo a las necesidades y comportamiento de cada una de las figuras que conforman a los funcionarios, aunado a nuevos procesos que sustenten esta estrategia. Dichas estrategias se presentan en la propuesta de diseñar un diagrama de flujo para optimizar sistema de costos respecto al comporta-

miento de la cuenta funcionarios en la empresa de alojamiento Lidotel Hotel Boutique Valencia con el fin de desglosar los procedimientos operativos y administrativos que involucran el registro de consumos en la cuenta, añadiendo procedimientos distintos a la estructura, en orden de lograr la optimización necesaria en el sistema de acuerdo a las necesidades encontradas.

Objetivos

Objetivo General

Proponer la adecuación del proceso de costos en las cuentas funcionarios en Alimentos y Bebidas del Lidotel Hotel Boutique Valencia a través de un diagrama de flujo.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar el proceso actual del sistema de costos respecto a la cuenta funcionarios de Lidotel Hotel Boutique Valencia.
- Establecer un proceso adecuado para el control del sistema de costos de la cuenta funcionarios de Lidotel Hotel Boutique Valencia.
- Diseñar un diagrama de flujo respecto al comportamiento de la cuenta funcionarios en Lidotel Hotel Boutique Valencia para la optimización del sistema de costos.

Contextualización y fundamentación

En la mayoría de los casos, resulta mucho más sencillo para el ser humano el comprender algo que pueda ver con sus propios ojos que intentar comprender algo que se le describe a través de las palabras. La esencia de los diagramas de flujo parte de ésta noción, la cual indica que existe mayor eficiencia en explicar las cosas de manera gráfica que de manera textual o hablada.

Los diagramas de flujo simplifican la complejidad que existe en el funcionamiento de los sistemas, sea cual sea el sistema. Esta herramienta permite la proyección de cada uno de los procedimientos y pasos involucrados en el funcionamiento de la cuenta funcionarios, al igual que permite añadir nuevos procedimientos con el fin de optimizar o mejorar el sistema. Al respecto Ramonet (2013) refiere que “Los Diagramas de Flujo son, con toda seguridad, el método más extendido y popular para realizar el diseño gráfico de procesos. Su simplicidad y versatilidad han contribuido notablemente a su difusión (...) Su principal objetivo: facilitar la comunicación entre personas implicadas. (p.1)

ETAPA I

Como ya se aclaró en instancias anteriores del artículo, el sistema de costos respecto a la cuenta funcionarios en la empresa Lidotel Hotel Boutique Valencia está diseñado para evitar las mayores fugas de dinero posible, sin embargo el seguimiento no es del todo adecuado. A continuación se presenta el mismo:

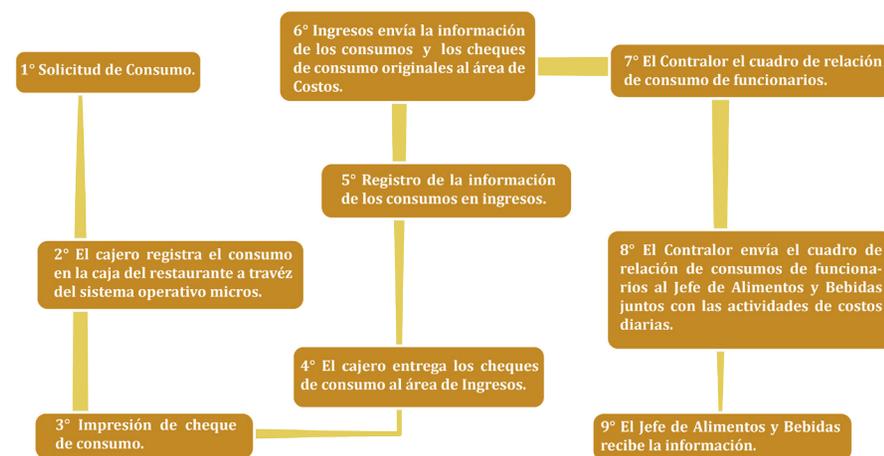


Figura 1. Sistema de costos actual de la cuenta funcionarios de Lidotel Hotel Boutique Valencia. **Fuente:** elaboración propia (2016).

ETAPA II

En concordancia con el segundo objetivo de la propuesta, se estableció un proceso adecuado para el control del sistema de costos de la cuenta funcionarios. En tal sentido, se procedió a fijar un límite monetario de consumo para los funcionarios, de acuerdo a las necesidades y comportamiento evidenciado en los consumos. Sobre la base la información recopilada por parte del área de Costos de Lidotel Hotel Boutique Valencia, y luego del estudio y análisis de la información por parte de la autora, se concluyeron los límites monetarios para los funcionarios, quedando de la siguiente manera:

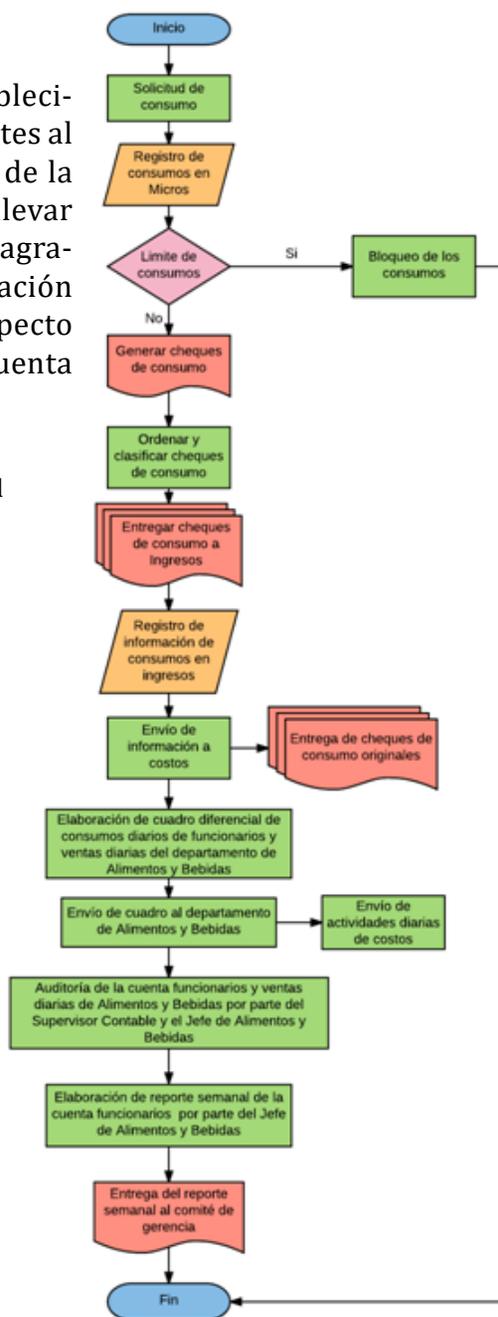
FUNCIONARIO.	Límite de consumo monetario. (Trimestral)
Gerente Operativo (consumo individual trimestral)	Bs 120.052,72
Jefes Departamentales y Gerencia (consumo individual trimestral)	Bs 132.155,33
Ejecutivos de Guardia (consumo individual trimestral)	Bs 213.640,84
Personal Interno (consumo colectivo trimestral)	Bs 113.410,86
Personal Externo (consumo colectivo trimestral)	Bs 170.699,28
Reuniones de Comité (consumo colectivo trimestral)	Bs 69.618,84
Atenciones y Relaciones Públicas (consumo colectivo trimestral)	Bs 148.028,94
Reuniones del Personal y Visitantes (consumo colectivo trimestral)	Bs 112.647,99
Cortesías (consumo colectivo trimestral)	Bs 76.654,91

Tabla 1. Límites de consumos sugeridos para los funcionarios. **Fuente:** elaboración propia (2016).

ETAPA III

Luego de haber establecido los pasos correspondientes al primer y segundo objetivo de la propuesta, se procedió a llevar a cabo el diseño de un diagrama de flujo para la adecuación del sistema de costos respecto al comportamiento de la cuenta funcionarios.

Figura 2. Diagrama de flujo del sistema de costos de la cuenta funcionarios de Lidotel Hotel Boutique Valencia. **Fuente:** elaboración propia (2016).



Recursos

El talento humano requerido para llevar a cabo la propuesta, lo compone el Jefe de Sistemas, Cajero de restaurante, Contralor, Jefe de Alimentos y Bebidas y la Supervisora Contable de Lidotel Hotel Boutique Valencia. Asimismo, los materiales a utilizar serán (en un principio) computadoras, hojas de papel modelo A4, impresoras fiscales, tinta, rollos de papel auto-copiante, ligas de goma, impresoras y lapiceros. Aunado a esto, se deberá trabajar con el sistema operativo Micros, así como con MS Excel para el registro de los consumos tanto en la caja de restaurante como en el área de ingresos y de costos. El estimado financiero se deberá necesitar para la exitosa ejecución de la propuesta es aún desconocido. Y por último, el tiempo estimado para insertar el sistema de costos modificado en la empresa, es de 4 a 5 meses.

Conclusiones

Más allá de conocer la importancia que reside en tener conocimientos académicos para el buen desenvolvimiento en el campo laboral de casi cualquier profesional, el núcleo de las doctrinas dictadas se halla en el placer de aprender. Los conocimientos empíricos son tan valiosos como cualquier enciclopedia diseñada para el aprendizaje, y es que en una de las verdades más absolutas de todos los tiempos, de nada sirven las ideas adquiridas sino son puestas en prácticas. La empresa Lidotel Hotel Boutique Valencia cuenta con una valiosísima plataforma, no sólo para el control de costos, sino también para el control financiero-administrativo que se expande a todos los hoteles de la cadena. De poner en práctica la propuesta aquí presentada, conseguirían lo que es el principal propósito de este trabajo, el cual no es otro sino optimizar el sistema de costos de la cuenta funcionarios, persiguiendo de esta manera los mejores resultados.

Desarrollo Endógeno Sustentable en Agroecoturismo. Propuesta de Parque Recreativo y Turístico de Contacto de Plantas Aromáticas y Medicinales en el Valle del Mocotíes, Sur-Oeste del Estado Mérida

Autor:

Lic. Eris Díaz.

E-mail: osonegro02@gmail.com

Venezuela es un país que ha sido privilegiado por la naturaleza, dotándolo de espectaculares escenarios naturales que le permiten, a lo largo de todo su territorio, desarrollar cualquier tipo de actividades turísticas.

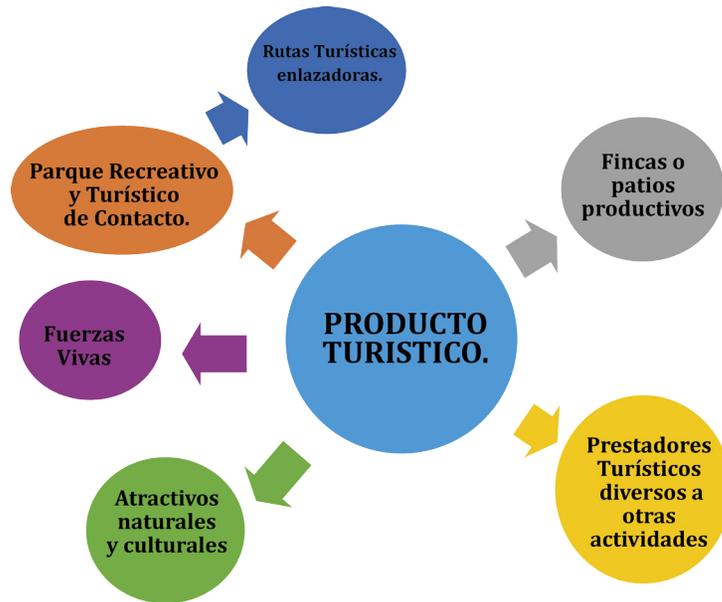
Sin embargo, en mi opinión considero que la actividad turística no ha tenido la trascendencia para convertirse en un factor de crecimiento económico y mejora social, debido a que no se ha considerado como una de las principales actividades económicas generadoras de divisas.

Bajo el argumento de diversificación socioeconómica en Venezuela, se esconde una realidad muy amplia, abarcando desde la incorporación de nuevas actividades agrarias, pecuarias y ecoturísticas, diferentes a las tradicionales, hasta la prestación de servicios profesionales completamente ajenos a la agricultura. Se trata de un conjunto de actividades de diversa índole que han ido adaptándose a las diferentes situaciones de las regiones venezolanas y que responden, en última instancia, a una continua estrategia de supervivencia por parte de sus habitantes, frente a los procesos de reestructuración que deben darse, tanto en el sector agrícola como en el turístico.

Este ensayo, corresponde a mi investigación de trabajo final de grado, investigación documental, según lo define el Manual de Trabajo de Grado, de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales (Universidad Pedagógica Libertador – UPEL, 2006), el cual menciona que es el “estudio de problemas, con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos” (pp. 15). Y, según Vélez S. (2001), asevera que este tipo de investigación tiene como objetivo “el desarrollo de las capacidades reflexivas y críticas a través de la información regida. Entre los posibles propósitos de este tipo de investigación se encuentran: describir, mostrar, probar, persuadir o recomendar. La investigación debe llevar a resultados originales y de interés para el grupo social de la misma”.

De allí que, este trabajo investigativo se realizó con el propósito de ampliar los conocimientos existentes, tanto en el Turismo, Desarrollo Endógeno y de plantas aromáticas y medicinales, dando una propuesta viable en el área agroecoturística, definida por el Glosario de Agricultura Orgánica de la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura -FAO- (2009) como “el turismo rural ecológico que es el resultado de la

combinación del turismo rural (agroturismo) y el turismo ecológico, con alojamiento en granjas y el disfrute de los paisajes naturales colindantes”, basada en la revisión de trabajos previos, la normativa legal vigente de Turismo en Venezuela y, datos e informaciones divulgados.



Mapa conceptual referente a criterios a considerar para planificar y organizar el Parque Recreativo y Turístico de Contacto.

Fuente: Elaboración propia.

De allí que, en función de dar respuesta o solución a algo puntual como lo es el desabastecimiento de medicamentos que ayuden a la situación de salud y paliar el mermado ingreso socioeconómico en general, sin ocasionar un impacto negativo relevante, asumo las bondades que conlleva el Agroecoturismo (ya arriba definido), propongo el diseño y puesta en valor de un producto turístico acorde a lo frágil del ecosistema reinante en la zona del Municipio Tovar, en el Valle del Mocotíes (por sus recursos hídricos, flora, fauna, suelos), denominado “Parque Recreativo y Turístico de Contacto”, el cual se refiere la creación de una Vitri-

na Ecoturística donde se puedan observar plantas aromáticas y medicinales útiles y beneficiosas, así como la implementación de toda una gestión turística acorde a la planificación del mismo, enmarcado en los preceptos del Desarrollo Endógeno Sustentable.

Hago notar que, en esta investigación que he realizado en la zona del Municipio Tovar, específicamente en el sector La Honda, Parroquia El Amparo, fui llevado a la realidad de clasificar las diversas actividades productivas de dicha zona, como son las de los productores agropecuarios (fincas), algunos prestadores turísticos (posaderos, clubes, recreativas como paseos a caballo), restaurantes, artesanos, entre otros, para entonces investigar que, para que éste producto turístico que propongo (el Parque) pueda ser sostenible, es necesario incorporar otros sectores claves que se integren e involucren en la factibilidad socioproductiva de dicho Parque, siendo importante también que todas las instituciones aporten lo concerniente a la gestión turística, y así mismo las comunidades existentes en el Municipio Tovar deben ser sensibilizadas co-responsablemente, a mediano plazo, consolidando el sentido de pertenencia tan necesario, y donde cada comunidad pueda:

- Proteger y mantener el ambiente (por demás bastante frágil), así como el poder dirigir y dar el mejor uso de los recursos existentes en dicha zona, sacándoles el mayor provecho a los mismos, no comprometiéndolos en sus alcances a las futuras generaciones, tal cual se menciona en las previsiones a aplicar en un Desarrollo Endógeno Sustentable óptimo.
- Tomar en cuenta, según mis indagaciones y que me llevaron a desarrollar esta propuesta viable de producto turístico, el reforzar previo estudio de factibilidad socioeconómica y de mercado, así como su respectiva promoción turística, las futuras Rutas Turísticas a insertar e implementar para, de esta manera, potenciar en unión a los diferentes atractivos turísticos (naturales y culturales) existentes, en el Valle del Mocotíes, uniéndolos progresivamente a otras rutas y sub-rutas en todo el Estado Bolivariano de Mérida.

Desarrollo Endógeno Sustentable en Turismo Gastronómico. Propuesta de Creación y Diseño de la Ruta Gastronómica y Turística del Café en los Municipios Cafeteros del Valle del Mocotíes, Sur-Oeste Del Estado Mérida, Venezuela

Autor:

Lic. María Elena Ramos Padrón

E-mail: mael2910@gmail.com

Para optar a la Licenciatura en Desarrollo Endógeno, Sub-Área Gestión Turística, presenté la monografía titulada “Desarrollo Endógeno Sustentable en Turismo Gastronómico. Propuesta de creación y diseño de la Ruta Gastronómica y Turística del Café, en los municipios cafeteros del Valle del Mocotíes, Sur-Oeste del Estado Mérida, Venezuela”. De allí que, primeramente, al observar la situación que presenta el Valle del Mocotíes, al aplicar una Matriz FODA, detecto que esta hermosa sub-región del Estado Bolivariano de Mérida es inmensamente rica en recursos de diversa índole, naturales, culturales, humanos, económicos, si bien en esta zona no existe un parque industrial de envergadura, y las pocas industrias que existen en su mayoría hacen sus procesos de manera artesanal (muy pocas son industrias como tales), donde de los cinco (5) municipios que conforman el Mocotíes, a saber, Antonio Pinto Salinas, Tovar, Zea, Rivas Dávila y Guaraque, sólo cuatro (4) de ellos (con excepción de Rivas Dávila) son productores de café de excelente calidad, con buenas plantaciones, gracias al clima templado que varía según los diferentes pisos altitudinales, que van desde los páramos no nevados (más de 2000 msnm) y las llamadas tierras llanas (a casi 900 msnm), con una biodiversidad espectacular (flora y fauna autóctona y migratoria). Culturalmente, los eventos tradicionales como El Pato Bombiado, el Toro Candela,

Las Cabalgatas, Las Carreras de Caballitos de Madera, entre otros, hablan del gentilicio del Mocotíes, propio de esta sub-región merideña. Otra fortaleza propia del Mocotíes es la de que dos (2) de sus municipios, Rivas Dávila y Guaraque, tienen acceso inter-estadal, con frontera con el Estado Táchira, compartiendo áreas, costumbres e idiosincrasias que, a lo largo del tiempo, han venido enriqueciendo dicho gentilicio. Es como un solo corredor. Es importante destacar que existen buenas vías de comunicación, telecomunicaciones, medios de transporte público, al menos no sobresalientes, pero si en buenas condiciones.

Otra fortaleza que encontramos en el Mocotíes es que, del Estado Mérida, y del resto del país, acá poseemos en Museo del Café y del Inmigrante, que habla de la excelente época de bonanza cafetera, donde fuimos el tercer exportador de café del mundo, ubicado dicho museo en la zona de La Victoria, en la salida hacia Mérida, en el municipio Antonio Pinto Salinas, Santa Cruz de Mora, donde se produce café de altura de excelente calidad. Existen, así mismo, cuatro (4) torrefactoras activas, una en el Municipio Zea y las otras en Tovar, al parecer hay dos más en Santa Cruz de Mora, privadas. Y Guaraque no tiene ninguna torrefactora, donde el café se tuesta de manera artesanal.

En cuanto a las oportunidades, se observa que en el Valle del Mocotíes sus habitantes viven de la agricultura, del comercio (aún incipiente), de la educación (como actividad y profesión), y ahora, se vislumbra el Turismo como alternativa viable de subsistencia socioeconómica.

Otra oportunidad es la de que se reconoce el patrimonio, tangible e intangible, pero de manera aún cohibida, sin verdadera convicción.

Y, siguiendo el orden de ideas de las oportunidades, destaco que sólo en el Municipio Antonio Pinto Salinas existe una empresa privada que agrupa a las y los productores cafeteros, la llamada PACCA o Productores Asociados de Café, C.A., la cual los agrupa pero que, en los actuales momentos, actúa sólo como un centro de acopio para sus asociados, sin brindarles otros beneficios para que ellos mejoren ni sus calidades ni sus procesos, ni su comercialización.

Ahora bien, en el transcurso de esta investigación, la cual me acredita como Licenciada en Desarrollo Endógeno, Sub-Área Gestión Turística, observo y palpo que, como debilidades inherentes a lo presentado en la situación actual en el Mocotíes, sus habitantes, las y los nacidos aquí, son conservadores, reaccionarios, cerrados y sumamente cautelosos, al menos eso es lo que hacen ver. Esto ha permeado el hecho de que se haya ido perdiendo el sentido de pertenencia y de pertinencia social, individual y colectivamente, lo que hace más engorroso todo intento de mejora o de progreso en esta zona. Y, en el caso de las y los productores cafeteros del Mocotíes, en muchos de ellos se ha perdido la credibilidad, la confianza, la capacidad de organización independiente o de manera colectiva, debido a que organismos gubernamentales les han hecho muchos ofrecimientos, pero realmente, pocos se han concretado, pasando a estar en el límite como amenaza.

Una debilidad fehaciente es la de que no existe hasta la fecha un registro de Patrimonio de Glifos y Petroglifos indígenas consolidado a través del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (IPC), e igualmente la flora y fauna del Mocotíes no ha sido sistemáticamente registrada taxonómicamente. Y, como debilidad también se presenta el hecho de que, dos (2) de los mayores productores de café, como son Antonio Pinto Salinas y Zea, se encuentran desprotegidos en materia ecológica debido a que no tienen ningún área declarada como protegida y/o que esté dentro de las cotas del Parque Nacional “Juan Pablo Peñalosa”, mientras que Tovar, Rivas Dávila y Guaraque, sí.

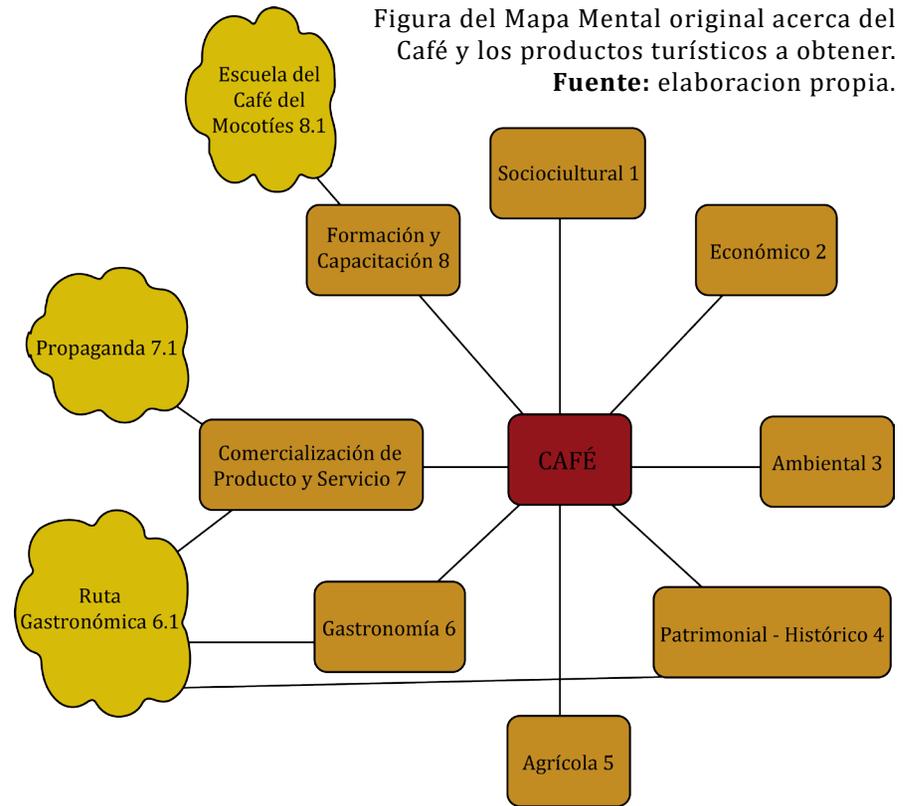
Siguiendo con el análisis arrojado en esta FODA, como amenazas, aquellos aspectos que no se controlan directamente, que son externos, encontramos que la mala administración del Museo del Café y del Inmigrante por parte de fuerzas vivas que cohabitan allí (CORMETUR y UNESUR), permitiendo el irrespeto y el deterioro galopante de los espacios destinados a ser museo y sus alrededores, impiden que no se desarrolle otro tipo de actividades que realcen el trabajo digno y tesonero de las y los productores de café, ya que se ha perdido y cedido el espacio, y de esta manera, impidiendo que se desarrollen actividades turísticas cónsonas.

Y, como amenaza flagrante se encuentra que, hasta ahora, no existe voluntad política como elemento motivante para las y los pobladores del Mocotíes. Repito, muchas ofertas y ofrecimientos, pero nada en concreto y menos en relación al seguimiento de los procesos con el café, haciendo que cada día más haya un descontento y desmoralización en cada familia cafetera del Mocotíes, obligando a que se talen indiscriminadamente los cafetales, dedicándose a otras actividades pecuarias (ganado), dañando los suelos fértiles pero frágiles, que son aptos de manera casi exclusiva para la explotación de rubros como el café.

Otro instrumento aplicado en función de saber la opinión de la gente respecto a las preferencias del café orientado hacia la creación de un producto turístico específico que dé respuesta a que las debilidades y las amenazas se tornen en fortalezas y oportunidades, fue la aplicación de una Encuesta Sencilla sobre el Café, en la red social Facebook, diseñada bajo formato de Google Doc, la cual arrojó unos resultados interesantes, y me permitió corroborar que realmente como solución está el diseño y puesta en valor del producto turístico denominado Ruta Gastronómica y Turística del Café del Mocotíes, como propuesta de solución a lo ya expuesto, y que refleja la opinión de los encuestados en favor de dicha Ruta. Me permito anexar a continuación este mapa conceptual para explicar cómo visualizo el tema Café y dónde ubico el producto turístico, actual, y cómo lo proyecto a futuro cercano.

Como se observa en este mapa conceptual, el centro de la propuesta estriba en el café, relacionado con lo sociocultural, lo económico, lo ambiental, lo patrimonial e histórico (lo que conlleva al gentilicio del Mocotíes), lo agrícola, la gastronomía, la comercialización del producto propuesto y de la prestación del servicio respectivo, y la formación y capacitación, a futuro cercano, objeto y tema de estudio en otro nivel académico, en la Maestría, proponiendo una Cafetería-Escuela del Café. Y, para el tope que me permite el optar a este nivel de licenciatura académica, propongo la Ruta Gastronómica y Turística del Café, esta es mi visión, coincidiendo con los puntos analizados a través del FODA aplicado.

De allí que, luego de hacer una breve disertación de la definición y tipos de productos y rutas turísticas, determino que para esta propuesta quiero lograr como Objetivo General el siguiente: Proponer una Ruta Gastronómica y Turística del Café del Mocotíes, basada en el Desarrollo Endógeno Sustentable, como solución viable a la situación adversa presentada en esta sub-región del Estado Bolivariano de Mérida.



Y de manera específica, propongo:

- 1) Visibilizar geográficamente la zona y empoderar a los cafeteros, desarrollando estrategias que revaloricen el Valle del Mocotíes.
- 2) Dar a conocer cómo se realiza la producción del café.
- 3) Realizar ferias y festivales donde se presenten comidas y bebidas que lleven el café como ingrediente principal.
- 4) Potenciar el desplazamiento turístico y la visita con el disfrute del Museo del Café del Valle del Mocotíes.
- 5) Lograr la Diferenciación: mediante una certificación que distinga al Valle del Mocotíes como un excelente productor de café, con calidad de exportación.



Croquis propuesto de la Ruta Gastronómica y Turística del Café en el Mocotíes. **Fuente:** Elaboración propia.

De esta manera, como conclusión de esta investigación, tomando en cuenta que lo encontrado fue adverso a lo esperado, según lo que arrojó la matriz FODA, expreso que en función de mejorar y dinamizar la situación en que se encuentra el Valle del Mocotíes, es necesario lo siguiente, a manera también de recomendación:

- Realizar Jornadas de Sensibilización Ecoturística, a productores y prestadores (as) de café, así como el uso del Ecoturismo y el Turismo Gastronómico, como actividades amigables totalmente con al ambiente, en función de dinamizar y motorizar el logro del desarrollo endógeno y sustentable.

- Preservar las tradiciones que coadyuvan a lograr consolidar el gentilicio del Mocotíes, sin dejar de lado los recursos naturales.
- Considerar la planificación gastronómica y turística, en sus aspectos de ejecución como son el desarrollo social (en lo local y lo regional), las políticas públicas turísticas, la ordenación y geografía del territorio turístico, la ordenación agroalimentaria, la ordenación turística y gastronómica, el sector empresarial de restauración, la delimitación de espacio regional y local y, los efectos socioeconómicos.

A manera de sugerencia, propongo:

- Hacer viable el negocio (como lo opuesto a la ociosidad y al ocio) y las empresas turísticas dentro del respeto a la participación de la comunidad local en las decisiones y la planificación del turismo, orientado en tres (3) vértices de gestión turística:
 - 1) Beneficios sociales y económicos para los municipios y sus habitantes, del Mocotíes.
 - 2) Calidad y sostenibilidad ambiental.
 - 3) Desarrollo Turístico acorde con la autenticidad cultural y señas de identidad local.
- Distinguir nuestro café del Mocotíes en el mercado con calidad diferenciada, producido, procesado y/o transformado acá, creando una marca certificada, que cumpla con requisitos de calidad y que permita a los consumidores identificarlo de forma precisa.
- Prever el logro de una constante inversión en comunicación para impulsar la notoriedad y prestigio del “Café del Mocotíes” entre clientes profesionales y consumidores finales; acciones directas de promoción comercial para mejorar y destacar su presencia en los canales de distribución; promociones diseñadas para favorecer a los productores cafeteros; programas de fidelización que vinculen al cliente con la marca; presencia en ferias agroalimentarias y turísticas de interés; fortalecimiento del sistema logístico agroalimentario; y, el diseño y edición de material promocional y publicaciones, impresas y digitales.

Modelos de Negocios Turísticos en Venezuela

Autor:

Lcdo. Wil Edward Muñoz.
wil.munoz@hotelescuola.org.ve

Los modelos de negocios representan su importancia en la sociedad con la introducción de las tecnologías de información y comunicación y sus características singulares que acompañan al mercado. Una visión basada en los recursos, las teorías de las redes estratégicas conformada por millones de usuarios habidos de servicios, la creación del e-business y la economía transaccional en tiempo real ha hecho que sean más dinámicos y exigente para las empresas en sus contextos. Es importante señalar que existe competencia entre los modelos de negocios que poseen elementos de tecnologías de información y comunicación donde la estrategia principal es poseer alternativas de decisiones a los escenarios de los entornos competitivos empresariales.

La clara determinación en la relación que existe del turismo en el desarrollo económico local nos indica la importancia de la actividad como fuente generadora de divisa, durante los últimos 10 años el turismo ha sido el único sector que ha tenido un superávit de cuenta comercial en los países más pobres y también ha sido una fuente importante de empleos en las zonas más remotas de algunos países. Venezuela al ser un país primario de exportación petrolera no se escapa de esta realidad y ha

considerado dentro de sus prioridades económicas la actividad turística como bandera para una nueva alternativa del ingreso tradicional de divisas.

A situación descrita, hace a Venezuela como destino turístico que posee un gran potencial natural algunas únicas en el mundo, las extensiones impresionantes de costa del Mar Caribe, Las sierras nevadas en la zona andina, impresionantes bosques tropicales amazónicos, una llanura extensa con diversidad de fauna exótica, los famosos tepuyes reconocidos a nivel mundial como las más antiguas y patrimonio natural de la humanidad han permitido desarrollar destinos turísticos de larga tradición. Sin embargo, la actividad turística venezolana es muy pequeña en comparación a la renta petrolera actualmente utilizando apenas un aproximado al 2%.

Actualmente el país se encuentra en un contexto favorable para la inversión en el sector turístico, posee un marco legal e institucional que promueve la actividad turística por medio de su instrumento principal como lo es la Ley Orgánica de Turismo (LOT) que fue promulgada en el 2005 y reformada en el 2008.

En el presente, contamos con beneficios para incentivar la inversión en el sector con un 75% de descuento en el ISRL para nuevas inversiones, formación a los prestadores de servicios, tarifas preferenciales para el combustible, la exoneración de tributos importantes para la importación de vehículos con fines turísticos y un proyecto de ley para la promoción del turismo, la obligatoriedad de la banca privada en invertir entre un 2.5 y 7 % con créditos a mediano y largo plazo para el sector. Estos elementos hacen que los emprendedores que desean ampliar sus servicios o implementar nuevos proyectos estén bajo una sólida base e incentive la producción de los mismos.

Según MINTUR la estructura empresarial del sector turístico está basada en establecimientos de pequeña dimensión ya sea de alojamiento, restauración u operadores de actividades y servicios. Esta estructura como se presenta en su mayoría no es negativa su problema radica esencialmente en la capacidad de crecer y ser competitivos ya que posee elevados costos operativos en cuanto a promoción y limitados presupuestos para su crecimiento en estructura.

Las características principales de estas estructuras empresariales es que se originan de la espontaneidad donde sus principales emprendedores son familias que se dedicaban a otras actividades. Estas familias aprovechan la necesidad que existe en el sector y entran a asistir el mismo en actividades totalmente desconocidas por ellas, en este modelo impera la falta de una capacidad gerencial con características especiales y el desconocimiento por completo de la atención al usuario.

Lo anteriormente expuesto, deberíamos pensar que las estructuras más grandes que prestan servicios en el sector son más fuerte, pero como acote al principio de mi experiencia en la evaluación de trabajos especiales de grado la situación no dista mucho de lo comentado. Estos hoteles, algunos integrantes de

cadena hotelera reconocidas poseen una a la estructura en su modelo de negocio que carece de organización, falta de implementación de cada uno de sus elementos y poseen una baja participación en elementos que posean las tecnologías de información y comunicación.

Para tal efecto Salas. (2009), define un modelo de negocio como una unidad de análisis que da forma a una manera genuina e innovadora de conseguir atraer la confianza de los clientes, generar ingresos con los que cubrir los costes y mantenerse viables en el mercado. Según lo expuesto por Salas y mi trabajo de investigación la industria del turismo venezolano se adapta a esta definición, pero hay elementos en estas unidades de negocios que no cumplen el objetivo principal que es atraer la confianza de sus principales clientes y mantener un estatus de fidelización de marca para un largo plazo.

Los modelos de negocios turísticos en Venezuela deben presentar características de innovación integrando las tecnologías de información y comunicación en servicios que se adapten al contexto mundial de la exigencia del mercado.

Hoy en día la definición de turista ha cambiado radicalmente, los mismos poseen niveles de exigencia a nivel tecnológico, motivo por el cual la industria turística ha tenido la necesidad de invertir para mantener un nivel adecuado para prestar un buen servicio.

Los modelos de negocios en la industria del turismo en Venezuela esencialmente se componen de la oferta del destino de tal manera que no son las ofertas de alojamiento en general la que determina el principal factor de la economía turística, todos estos modelos de negocios van en función de la competitividad del destino y deben ir estructurados en la zona de estudio. Por ende el diseño de los mismos no tienen una metodología uni-

forme para su desarrollo dado la diversa cadena de valor que poseen los destinos, por otro lado la competitividad del desarrollo en los modelos de negocios va en función de la cantidad y calidad que determina el destino turístico.

Desde mi punto de vista en Venezuela se utiliza un esquema en base a tres puntos para el desarrollo de los modelos de negocio en la industria del turismo, el primero un modelo de gestión eficaz, como segundo punto la propuesta de valor y el último punto la integración de las tecnologías de información y comunicación, sin embargo la mayoría de los modelos están desarrollados con esos pilares pero el último punto no lo desarrollan en su totalidad.

Si evaluamos los 3 pilares comenzando con la gestión eficaz debemos realizar una distinción entre el dueño del local y el gestor del establecimiento, indudablemente que la diferencia entre los dos nos da una clara posición entre los modelos de negocios, en Venezuela. Muchos prestadores de servicios no son los propietarios de los establecimientos inclusive en cadenas de hoteles grandes observamos varias empresas instaladas ofreciendo diferentes servicios. Esto nos da una visión de modelos de negocios mixtos que inclusive no llegan a ser homogéneos y se crean problema de competencias en funciones y visiones independiente de empresas. El manejo de este modelo de negocio debe ser coordinado y las visiones de las empresas instaladas en el operador principal deben estar regidas por una serie de normas que cumplan con el objetivo principal de la empresa de servicios que es la satisfacción del cliente.

Desde mi punto de vista defino gestión eficaz como la acción de administrar actividades con el fin de desarrollar políticas que lleven al cumplimiento de los objetivos trazados en una organización. Dentro de los modelos de gestión la estrategia es una de las claves principales que busca proporcionar un

constante crecimiento a los modelos de negocios y en Venezuela está presente en sus modelos de negocios, otros de los elementos esenciales para la gestión en el cumplimiento de las metas es la ejecución sin embargo hay dos elementos más dentro de esta cadena que es la cultura organizacional y la estructura. En la figura 2, se expone los elementos principales para la gestión efectiva según mi interpretación que debe poseer cada modelo de negocios dentro del marco de definición.



Figura 2: Elementos esenciales para una gestión efectiva.

Fuente: Elaboración Propia.

Como se observa en la figura 2, la cultura se refiere al concepto de gobierno empresarial y el comportamiento que cada uno de los elementos de recursos humanos que cumplan a cabalidad sus actividades dentro del ecosistema del modelo así

se garantiza el éxito del mismo, como parte de la estructura es la definición de la cadena de mando de la organización y lo importante de la misma para la toma de decisiones. Estos cuatro elementos son parte de la gestión efectiva presente en casi todos los modelos de negocios y más aún en la industria del turismo en Venezuela.

Los modelos de negocios dependen en gran parte de su estrategia en definir cuál será su propuesta de valor, indudablemente en este sector todos los clientes compran valor. Derivado de esto la propuesta de valor de la industria turística depende de factores externos como su localización geográfica y condiciones de entorno, y los propios que serían los recursos con los cuales dispones y las capacidades de responder a un mercado totalmente exigente.

En Venezuela la propuesta de valor en el sector turístico la dicta los factores externos y el aprovechamiento del destino en donde estén localizado, actualmente los modelos de negocios que se ofrecen promocionan más el destino que la atención y su columna vertebral están sustentada en su posición geográfica. Esto desvía la importancia de la atención al público objetivo ya que no existen políticas de evaluación como propuesta de valor en investigar los valores de satisfacción post venta y cierran el ciclo luego de la salida del turista de su entorno.

En lo anteriormente expuesto, las propuestas de valor en los modelos de negocios deben tener elementos de atención en pre y post venta y hacer más énfasis en el objetivo principal de la unidad de análisis de negocios que es mantener al cliente satisfecho dentro de la industria.

El último punto, uno de los más importantes en esta investigación es la integración de las tecnologías de información y comunicación presentes en los modelos de negocios, comenzando por el área de gestión donde los gerentes de la industria deben estar capacitados para entender esta integración.

La presencia de las tecnologías de información y comunicación en los modelos de negocios hace que la actividad en la industria sea más dinámica en cuanto a la demanda del mercado mundial, sin embargo los modelos de negocios en Venezuela se han integrado de forma muy vaga en los mismos sin embargo en muchas ramas de la industria la presencia de la promoción de productos y servicios a aumentado en las últimas décadas ofreciendo a los usuarios alternativas para que la brecha entre un producto intangible sea más corta.

La presencia digital, los sistemas de información dinámicos, las visitas en tiempo real a las instalaciones, los sistemas de reservaciones online, el comercio electrónico y las transacciones en tiempo real han cambiado el comportamiento de consumo de los turistas a nivel mundial y Venezuela no es la excepción. Los modelos de negocios venezolanos en el área de turismo se están adaptando a la participación protagonista de las tecnologías de información y comunicación.

En los modelos de negocios ya se están manejando los tipos de comercio electrónico más comunes a nivel mundial, inclusive hay una marcada tendencia en la participación de todos los entornos donde portales de búsqueda especializada se están uniendo con los prestadores de servicios para ofrecer a los clientes ofertas y facilitar al nuevo turista los procesos de solicitud de búsqueda de servicios.

Uno de los modelos de negocios más comunes a nivel mundial en la industria turística es llamado B2C (Business to Client), el cual establece una relación entre la empresa y el cliente por lo general se limita al intercambio de productos o servicios por una retribución económica. Su característica más relevante se encuentra que dentro del marco de las tecnologías de información y comunicación los clientes pueden tener mayor información de los productos y tomar decisiones de compra.

Esta característica logra la comunicación efectiva entre los clientes potenciales en las diferentes ramas de la industria turística. Existen varios modelos de negocios orientados al E-Business el cual hago referencia en la siguiente tabla, quiero enfatizar que estos modelos no dejan de ser importantes solo que el B2C es el más utilizado a nivel mundial pero los otros modelos son integrados al mismo modelo.

Desde mi punto de vista son 3 modelos de negocios que están integrados al comercio electrónico en la industria.

Tipo de Modelo de Negocio.	Descripción
B2B	Su característica principal es la relación que existe entre el negocio y las empresas proveedoras de servicios
B2C	Su principal función es determinar estrategias de comunicación y promoción para lograr las ventas de productos y servicios al consumidor final.
B2E	Canal de distribución de información para los empleados de las organizaciones.

Tabla 3. Modelos de negocios importantes en la industria turística.

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a la tabla presentada y mi experiencia en la asesoría de algunos hoteles como Hotel Plaza Mérida, Hotel Santo Domingo, Hotel La Trucha azul, cadena Lido Hotel en Venezuela, algunas posadas en mi proyecto comercial de hace más de 7 años llamado meridainternet.com y meridahotelera.com la mayoría de los Venezuela, algunas posadas en mi proyecto comercial de hace más de 7 años llamado meridainternet.com y meridahotelera.com la mayoría de los hoteles y posadas en Venezuela por su comportamiento usa muy poco estos 3 modelos de negocio.

El modelo B2B es la relación que existe entre negocios, normalmente lo usan para crear alianzas estratégicas entre empresas prestadoras de servicios y organizaciones con descuentos corporativos, desde mi experiencia nunca vi una relación digital donde los proveedores entraran por medio de una intranet a ver los requerimientos de los hoteles, posadas o prestadores de servicios. Pienso que esto realmente tiene peso en la cultura digital del equipo de gestión inclusive se nota la ausencia en la actualidad en los informes y observaciones de los estudiantes del Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos.

Debido a estos informes se ha demostrado una deficiencia de las organizaciones turísticas en la presencia de modelos de negocios modernos y el caos que esto genera en las mismas, como la falta de comunicación entre los departamentos que se encargan de proveer a las instalaciones u organizaciones de sus insumos.

El modelo B2C es el modelo más utilizado en la industria turística Venezolana y se caracteriza por la comunicación que existe entre el prestador de servicio y su cliente, su función principal es la presencia digital en la promoción de sus servicios y la amplia gama de portales de información de los prestadores mostrando sus servicios de una forma dinámica es grande. Sin embargo muchos prestadores de servicio sub utilizan estos portales y no le sacan el provecho que realmente se merece.

Una de las debilidades detectadas en mi experiencia como evaluador de trabajos especiales de grado en la industria del turismo realizada por los estudiantes de hotelería es la falta de organización que describen en los análisis de entorno, aunado a esto la escasa comunicación entre departamentos, la falta de uso de medios digitales y la falta de cultura digital son los elementos que distorsionan el modelo de negocio planeado.

Por esta razón, el modelo B2E me garantiza la total funcionalidad y comunicación entre departamentos y es el garante de los procesos de optimización en la falla de enlace entre el negocio y el empleado.

Desde mi perspectiva ha mejorado en gran manera la integración de las tecnologías de información pero aún hay deficiencia en la determinación de usarlas para ofrecer un buen servicio y mantener la fidelización a los mismos. El objetivo principal en el diseño en los modelos de negocios debe ser la satisfacción del cliente y todas sus acciones deben estar orientadas a eso.

Plan de Acción Para Brindar Servicios de Calidad a Personas con Discapacidad Visual y Auditiva en Establecimientos de Alojamiento Turístico Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos

Autor:

Nacarid Cabral

E-mail: nacarid.cabral@hotelescuola.org.ve

RESUMEN

El Turismo Accesible se ha venido constituyendo durante los últimos años no sólo en una tendencia de creciente importancia, sino también como un espacio para la promoción de procesos de integración e inclusión de personas con discapacidad, tanto a nivel nacional como internacional. Es por eso que la puesta en marcha de proyectos que permitan no sólo la integración de estas personas tanto a nivel de accesibilidad en la infraestructura, sino también en cuanto a la implementación de estrategias y herramientas que contribuyan a brindar un servicio de calidad dirigido a personas ciegas y/o sordas es un aporte de suma relevancia, para que se tome en cuenta por prestadores de servicios de alojamiento así como de otras áreas de atención dentro de la actividad turística. El objetivo principal del proyecto es plantear estrategias que apoyen los procesos de integración en primera instancia y luego la posibilidad de generar espacios para la inclusión de PcD. De igual forma el proyecto generara aportes que pueden contribuir a la toma de decisiones a nivel gerencial en empresas turísticas, apoyándose en la promoción para utilizar tanto la guía de buenas prácticas para la atención de personas ciegas, así como la

guía para la atención de personas sordas elaborada por integrantes de la comunidad académica y de investigación del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos.

Descriptor: Personas con discapacidad, integración, inclusión, atención, plan de acción.

INTRODUCCIÓN

El sector turístico, ha crecido de forma rápida y constante a través de los años, convirtiéndose en uno de los más grandes en desarrollo en el mundo. Es por esto, que se ha ido incorporando poco a poco pero de manera consistente dentro de los planes y estrategias económicas de muchos países para su completo avance considerándose un generador de crecimiento tanto económico como social para los mismos.

En este sentido, el acceso a la industria turística y de recreación en igualdad de condiciones es un tema en discusión, debido a la posible resistencia al cambio o bien la perspectiva acerca de las variables que se encuentren relacionadas a la discapacidad. Es un hecho que las personas con discapacidad bus-

can poder disfrutar de su tiempo libre con libertad y autonomía, es por esto que el considerar a este mercado debería ser una iniciativa consolidada y sensibilizada.

El contar con una infraestructura turística consolidada es un factor clave para el éxito del turismo. Una infraestructura que no atienda adecuadamente a las necesidades de las personas con discapacidad dedicada a la adecuación de la oferta turística a diferentes perfiles de consumidores a favor de un Turismo para Todos, incluidos los bebés y las personas mayores, entre otros, excluye a muchos destinos de este prometedor mercado. Sin embargo, por la manera en que están diseñados el entorno, los sistemas de transporte y los servicios, las personas con discapacidad y las personas que experimentan dificultades de movilidad o de acceso a la información no pueden a menudo disfrutar de la misma libertad para viajar que los demás ciudadanos.

Más específicamente en el contexto asociado a la ciudad de Mérida, ya que en el censo del 2011, se indica que es una de las ciudades con un alto porcentaje de personas con discapacidad, indicándonos que si no ofrecemos y aplicamos lo indicado en la ley en cuanto a infraestructura y políticas para estas personas que residen en el estado, como se podrá dar atención de calidad a los visitantes que lleguen a disfrutar de los atractivos ofrecidos por el estado.

Esto da pie para que se cree un proyecto que se enfoque en una propuesta para un plan de sensibilización y capacitación a nivel de gestión de atención al cliente y que haya una continuidad con lo que ya se ha estado trabajando en el CUHELAV, buscando atender, promocionar y consolidar el turismo accesible, (personas con discapacidad visual y auditiva) sustentado en la Ley para Personas con Discapacidad aprobada en el 2007.

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

La Organización Mundial de la Salud (OMS) (2013) calcula que el 15% de la población mundial (mil millones de personas) vive con algún tipo de discapacidad. La Organización Mundial del Turismo (OMT) está convencida de que la accesibilidad a todas las instalaciones, productos y servicios turísticos debería ser un componente esencial de cualquier política de turismo responsable y sostenible.

En Venezuela del total de personas que en el Censo 2011 respondieron a la pregunta de deficiencia, condición o discapacidad (27.019.815), una proporción importante 5,38%, declaró tener al menos una discapacidad (1.454.845), y de acuerdo a la población residente en cada entidad, el estado Mérida (8,6%) tiene la proporción más alta (boletín Informativo INE 2013). Si especificamos un poco más la estadística del Instituto Nacional de Estadísticas (I.N.E) del último censo realizado en el 2011, indica que solo en el municipio Libertador del estado Mérida existen 4.466 personas con discapacidad visual, 1.225 personas sordas y 2.696 con discapacidad, musculoesquelética, sin mencionar otras discapacidades (Estadísticas INE 2016). En este contexto la accesibilidad adquiere cada vez mayor importancia como elemento de valor para la industria de la hospitalidad, ya que si no se puede dar respuesta a estas personas que ya residen en el estado Mérida, como se podrá hacer frente a la demanda de posibles visitantes que, con necesidades especiales quieran venir a disfrutar de todos los atractivos y servicios ofrecidos, si la infraestructura y el personal no se encuentre dotado y capacitado para que esta experiencia sea agradable y por supuesto de calidad.

Al optar por la optimización de la accesibilidad de los espacios, equipamientos y servicios para conseguir que el establecimiento de alojamiento turístico sea apto para el máximo número de personas posible en condiciones de confort, seguridad

e igualdad, se está incorporando una manera de hacer las cosas, superando la necesidad de albergar a colectivos de personas con discapacidad, y proyectándose como un beneficio, un mejor servicio para toda la clientela. La accesibilidad es sinónimo de calidad para todos, y por ello debe formar parte de todos los elementos y procesos a incorporar de forma creciente e integral en el diseño y en los servicios del establecimiento.

En cuanto a la parte de un turismo sin barreras, o Turismo para Todos, es decir, que el sitio de alojamiento sea un espacio para el desenvolvimiento autónomo para las personas que poseen alguna discapacidad; es una realidad que la gran mayoría de los establecimientos del Municipio Libertador del Estado Mérida, por no indicar que todos, no están adecuados para la práctica de este tipo de turismo, y mucho menos poseen el personal capacitado para atender a personas con necesidades particulares, como lo son personas, ciegas o sordas o con movilidad reducida.

Con el pasar del tiempo, la industria de la hospitalidad se ha ido afianzando en este sentido no solo en aspecto de índole de prestación de servicios sino también en cuanto a infraestructura para ofrecer un conjunto integral de opciones para todo tipo de turistas, siendo el CUHELAV parte importante de este proceso en el área específica de la hotelería, ya que se especializa en la formación y especialización del talento humano en el área de Hotelería y Servicios de la Hospitalidad con un filosofía de aprender haciendo.

Esto se hace posible gracias a sus espacios que han sido destinados, además de impartir clases para la formación académica, también para ofrecer servicio de alojamiento en sus habitaciones para el público en general, por lo que se convierte en el entorno ideal para dar esas herramientas al Talento Humano que egresara de esta instituto como futuros Gerentes o empresarios que ofrecerán servicios a turistas y visitantes en la ciudad de

Mérida y otros destino nacionales o internacional. Esto ha traído como consecuencia el aumento en la población de estudiantes que provienen de otros estados en busca de ser espectadores y participar en estos espacios de formación.

Como es una realidad que existe poca oferta y aumento de la demanda con respecto a servicio de alojamiento que estén equipadas y con personal capacitado para atender a personas con diferentes tipos de discapacidad, haciendo importante que la parte del servicio de alojamiento también vaya de la mano a los procesos de cambios que haya que efectuar en cuanto a potenciar la accesibilidad.

Esto implica que los espacios sean un espacio para el aprendizaje de estos estudiantes interesados en capacitarse en el área de servicios y que se les de las herramientas para la atención de este sector específico de la población, llegando luego a expandirse en los procesos y políticas de otros establecimientos de alojamiento a nivel estatal y nacional, para que esta forma de servicio se consolide en nuestro país.

Desarrollándose el proceso poco a poco con la inclusión de cambios, comenzando por la sensibilización y capacitación en una primera instancia del personal que labora en la institución en todos sus niveles, no dejando de lado la idea de que estas estrategias se pudieran incluir en el entrenamiento de los estudiantes en cuanto a cómo hacer las cosas de la manera correcta y permitiendo el desarrollo de un proceso de atención para las personas con discapacidad desde su concepción y desarrollo de la Gestión Hotelera.

Se trata, por tanto, de asegurar que los servicios de hospedaje permitan, a toda persona, acceder, comunicarse y participar plenamente de todas las oportunidades de disfrute existentes.

En el documento El Hotel Accesible Guía para su diseño, organización y gestión, expresa que: Actualmente, las políticas de accesibilidad deben ir más allá de la supresión de barreras, y sustituir este enfoque por otro más abierto e igualitario que supera el de simple movilidad y supresión de barreras arquitectónicas o físicas, pues:

- No basta con suprimir las barreras para lograr que todos los productos, entornos y servicios sean accesibles para todos en igualdad de condiciones.
- Carece absolutamente de sentido seguir concibiendo con barreras para después tener que suprimirlas. (López - Montse Dinares Quera, F. 2006, p.26)

POBLACIÓN, MUESTRA O SUJETOS DEL ESTUDIO

Entre los beneficiarios directos de la propuesta se encuentran personal administrativo y operativo del CUHELAV y todos aquellos posibles clientes, turistas o huéspedes que sufran de algún tipo de discapacidad, ya sea visual, auditiva o motora. Teniendo también en consideración a las personas mayores, personas obesas, mujeres embarazadas y niños y todos los turistas que se beneficien del servicio prestado.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de recolección de información “Son aquellas que corresponden a las distintas maneras de obtener los datos que luego de ser procesados, se convertirán en información” (Morales 2001: p.33). En este estudio se ha seleccionado como técnica de recolección de los datos la observación directa y una entrevista, debido a que es un tema que puede ser analizado desde diferentes puntos de vista y por ser importante la parte humanista que conlleva este estudio, pudiendo ser analizados, y poder llegar a una o varias conclusiones.

La observación se realiza debido a que el tema de la inclusión de PcD ha sido puesto en práctica en las instalaciones del Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos (CUHELAV) desde la perspectiva del recibimiento de alumnos para su desenvolvimiento dentro de las aulas y su interacción con el profesorado. En este sentido siendo el CUHELAV un instituto que prepara personas para atender personas en el ámbito hotelero y ofrecer un servicio de alojamiento al público en general se presenta la posibilidad de realizar un cambio en este servicio, incluyendo tips y herramientas para brindar servicios de calidad a personas con discapacidad visual y auditiva.

Este proceso se apoyó en 4 preguntas. Las cuales facilitaron el desarrollo de las opiniones las cuales se extendieron y profundizaron por parte de los entrevistados, ya que el tema es considerado de mucho interés para el desarrollo de la actividad turística.

Esto hace referencia al criterio personal del autor, quien busca que la muestra cumpla con la característica de que las personas a las cuales se les aplicó la entrevista sean las personas que laboran en las diferentes áreas operativas del CUHELAV, debido a que ellos son los que pueden dar testimonio de si son necesarias o no la aplicación de talleres o la inclusión de herramientas que les faciliten poder prestar un servicio de alojamiento turístico con condiciones de accesibilidad.

RESULTADOS

Al analizar los resultados de la entrevista, se puede decir que el 100% de las personas entrevistadas piensan que las actividades de sensibilización y capacitación deberían ser constantes y de obligatoriedad dentro del horario de trabajo, para que de esta manera se consolide y se establezca realmente un servicio acorde y adecuado para este mercado. Consolidándose estas

actividades con un el material de apoyo, en este caso la Guía de Buenas Prácticas para atención a personas con discapacidad visual y acompañado de un proceso práctico y de asesoramiento del personal capacitado en apoyo para las personas con discapacidad visual.

Por otro lado el proceso debe ser incluido en el marco educativo y de políticas que enmarquen un contexto de inclusión total, para así no tener que ir eliminando barreras o sensibilizando a prestadores de servicio sino que ya este concebido dentro del proceso de planificación integral de toda empresa.

Precisamente, el presente producto tiene el propósito de abordar y apoyar el desarrollo del turismo accesible, sustentado en la Ley para Personas con Discapacidad de 2007 desde un enfoque de planificación en la gestión de procesos que permitan ofrecer un servicio de excelente calidad adecuado para estas personas.

Es por eso que para poder ofrecer una atención al cliente desde el contexto de la accesibilidad hay que realizar cambios sobre funciones específicas en determinados departamentos del hotel, principalmente, los operativos como son el de alojamiento y el de restaurant, que es donde los empleados tienen una relación directa con el cliente. Aun cuando, la idea de una atención adecuada al cliente según los criterios de accesibilidad debe tomarse en cuenta en todos los departamentos y por todos los empleados del hotel.

Todo esto requiere que exista un cambio en la cultura empresarial y en la filosofía de la organización para que todos se concienticen y sensibilicen y poder redirigir los objetivos empresariales a favor de la satisfacción del cliente lo que requiere comunicación y formación para todos dentro de la empresa.

Es importante por otro lado, lograr consolidar las leyes en pro de este beneficio y hacerlas cumplir a cabalidad para poder emancipar a estas personas y lograr eliminar los obstáculos que les impiden participar en su entorno social, académico, y recreacional y lograr su integración total a la comunidad.

La obtención de asesorías adecuadas para la realización de proyectos es de suma importancia que se encuentren dentro de las políticas establecidas por nuestros gobiernos, para facilitar el desarrollo y cumplimiento de los mismos. Aunque también la participación del sector privado es fundamental para llevarlos a cabo.

Al integrar un diseño para todos en las primeras etapas de cualquier proyecto se evita la posterior necesidad de realizar proyectos de rehabilitación o adaptación de los entornos, productos y/o servicios, y por tanto, se ahorran recursos, tanto económicos como materiales.

Todo esto también debe tomar en cuenta la capacitación del personal para participar y mantener este tipo de proyectos, donde la integración tanto de la comunidad como de entidades públicas y privadas logre junto con personas afectadas crear un servicio adecuado para este nuevo mercado.

Por lo expuesto anteriormente se propone la aplicación de un Plan de Acción para la mejora de calidad basado en la prestación de un servicio más accesible. La idea es que el Plan pueda ser difundido en reuniones o sesiones especiales dentro del trabajo, y cualquier proceso formativo que se establezca antes o durante la vida profesional de los empleados, este proceso deberá integrar de forma natural en los protocolos de atención para que, de ese modo, los empleados internalicen y apliquen los nuevos procesos o actividades en las rutinas diarias de su trabajo cotidiano.

Dentro de las instalaciones del CUHELAV se crea un grupo de investigación suscrito al Centro Nacional de Investigación Turística (CENINTUR) que podrá construir los planes, programas y proyectos que sean necesarios para la adecuación tanto de los procesos de atención como de como de la transformación en cuanto a las infraestructuras turísticas.

CONCLUSIONES

Las personas con discapacidad pueden realizar productivamente casi cualquier tipo de trabajo y, en un ambiente adecuado, la mayoría de ellas pueden ser productivas. Sin embargo, al momento de querer disfrutar de cualquier tipo de turismo, se encuentra con las barreras dentro de las infraestructuras que ofrece el mercado hotelero y con procesos que no les permiten tener una experiencia positiva completamente, generando esto que al momento de decidir realizar algún tipo de viaje, se enfrenten a una estadía no muy cómoda y con necesidad de mucho apoyo que no se ofrece de manera adecuada para su disfrute.

Es por esto que el presente proyecto constituye una propuesta de valor, ya que lograr la implementación de una planificación que favorecerá los procesos de integración que abre las puertas al turismo accesible que surge de la necesidad de una verdadera inclusión turística, funcional y social de las personas con discapacidades, para proyectar un futuro sin barreras, por la igualdad de oportunidades durante el tiempo destinado al turismo y a la recreación sería de gran valor en todos los aspectos y daría pie para que otros proyectos se desarrollaran creciendo poco a poco el turismo accesible o para todos.

Pudiendo llegar a ser un aspecto elemental dentro del proceso de diseño y construcción de todos los establecimientos hoteleros.

Además consolidaría a la ciudad de Mérida como uno de los principales destinos receptivos de turistas tanto por razones de infraestructura como por la aplicación de procesos adecuados para una mayor calidad de servicio.

Propuesta de Reestructuración del Menú en el Restaurante Blanc del Tibisay Hotel Resort C.A. Estado Mérida

Autor:

Apanachi Pérez Alfaro

E-mail: apanachi.perez@hotelescuola.org.ve

El turismo es algo que de una u otra manera siempre se ha realizado, por la misma naturaleza humana de descubrir nuevos mundos, curiosidad de conocer nuevos espacios, aprender, experimentar con otras culturas y disfrutar cosas nuevas, lo que hace la evolución del turismo inevitable. Desde hace algunos años, se impulsa la creación de nuevos servicios turísticos, dedicados especialmente a satisfacer demandas de los turistas, introduciendo un nuevo concepto del turismo, dándole un carácter más confortable al viajero. Esta tendencia identifica al turismo a nivel mundial e implica la creación y la revelación de distintas opciones para todos los gustos y necesidades.

Por tal razón, surgen los servicios de Hotelería de alta categoría la cual nace bajo el principio de la hospitalidad y la calidad humana, siendo una actividad de carácter económica que presta servicios a los turistas, de hospedaje, alimentos y bebidas, más servicios adicionales dependiendo la categoría que caracterice al hotel y el tipo de target. Cabe resaltar que estos dos servicios básicos, de alta calidad, son los que producen el mayor ingresos monetarios al hotel, por tal razón es tan importante garantizar el adecuado funcionamiento de los mismos.

Por tan razón, se propone Reestructurar el Menú en el Restaurante Blanc del Tibisay Hotel Resort C.A. ubicado en el estado Mérida, debido a que, durante el período de pasantías administrativas, realizadas en el Departamento de Alimentos y Bebidas de dicho hotel, la pasante pudo notar deficiencias que este menú presenta, a través de la observación directa, evidenciándose insatisfacción en los clientes ante el servicio prestado. Al respecto, se detecta la carencia de ciertos parámetros y criterios fundamentales que se deben tomar en cuenta al momento de la elaboración de un menú.

El Restaurante Blanc del Tibisay Hotel Resort. C.A. presta su servicio de alimentos y bebidas tanto a huéspedes, como al público en general, comunicando su oferta a través de un menú tipo carta. Sin embargo, este formato carece de los elementos necesarios para poder destacar las recetas que ofrece, debido a varios factores: los colores que tiene la carta, el fondo del menú es borroso, el tamaño de la letra es muy pequeño, no posee los precios, contiene excesivos platillos que, además de hacer ver muy cargada la carta, no se disponen en su totalidad y muchos otros no tienen rotación, las bebidas no están incluidas, estos son algunos que se pueden mencionar.

En este sentido, se plantea como propuesta la reestructuración del menú tipo carta, considerando los elementos establecidos y necesarios para el rediseño del mismo, a la vez que se diseña la estructura estándar de sus recetas. Esto, con el propósito de concebir soluciones, no solo para la prestación de un excelente servicio a los clientes, sino para controlar costos en la producción y generar confianza en el desempeño laboral de su personal.

Objetivos Generales

Reestructurar el Menú del Restaurante Blanc del Tibisay Hotel Resort C.A. en el estado Mérida para la optimización de las ventas en el departamento de Alimentos y Bebidas.

Objetivos específicos

- Establecer los criterios para el diseño de un menú tipo carta del Restaurante Blanc del Hotel Tibisay Mérida
- Identificar las recetas que serán incluidas en el nuevo menú tipo carta del Restaurante Blanc del Hotel Tibisay Mérida.
- Diseñar un formato de estandarización de recetas para el menú del Restaurante Blanc del Hotel Tibisay Mérida C.A, a través de una herramienta de cálculo de costos.

Así mismo, López, (2011) señala que, “el Menú-Carta, es un menú abierto en el que se puede escoger entre una amplia variedad de platos, clasificados en 3 ó 4 grupos establecidos, teniendo cada grupo de 3 a 6 platos”. (p.146) De esto se desprende, que la propuesta planteada a continuación, sugiera este tipo de Menú, pero con la diferencia al actual, en que realmente se ofertarán los platillos con los que la cocina de producción disponga, sepa elaborar y garantice su uniformidad en sabores, porciones, apariencia y costos.

Para la realización de la Reestructuración de la carta del Restaurante Blanc, se deben tomar en cuenta ciertos aspectos fundamentales que se describirán a continuación.

a) Tamaño de la carta: Debe ser acorde con el tamaño de las mesas, para que no ocasione accidentes. La carta debe ser cómoda y de fácil manejo, no muy pequeña, pero tampoco debe ser muy grande, es decir, que no obstruya la visibilidad entre los comensales.

b) Formato de la carta: Será utilizado el formato díptico para las mesas medianas que posee el Restaurante Blanc, permitiendo la visibilidad de todos los platillos que ofrece la carta.

c) Maquetación: A la hora de maquetar, es importante tomar en cuenta los paltillos más estratégicos para colocarlos en el punto de enfoque o donde primero se dirige la mirada cuando se tiene el menú en las manos. Según algunas reglas del marketing, el centro, esquina superior derecha y esquina superior izquierda, son los puntos de atención en los cuales se deben colocar los elementos con mayor rentabilidad para la empresa, ya que es por donde el cliente pasa más la mirada, en este orden respectivamente. En el caso específico del formato díptico, el lado derecho superior es en el cliente fijará la atención a primera instancia.

d) Tamaño, forma y estilo de la letra: La letra a emplear debe ser clara, breve y legible, en español y en inglés, no debe usar más de tres tipos de letras diferentes porque puede generar desorden y confusión a los comensales. El tamaño de la letra debe ser apropiado para la visualización desde una distancia considerable. En cuanto al estilo, deberá tener relación con la decoración y la modalidad del Restaurante. Con respecto a la escritura, se debe ser muy cuidadoso con la ortografía y evitar el uso de tecnicismos, ya que puede confundir al cliente. Se recomiendan para las descripciones de los diferentes platillos utilizar pala-

bras estimulantes al apetito, ya que estas son capaces de despertar imágenes, evocar sabores y aromas e incluso recuerdos, lo que da paso a la cocina emocional.

e) Papel: La selección del papel para la carta es de suma importancia, no solo por la presentación, sino también por razones de higiene. No se debe utilizar materiales demasiado porosos que absorban grasa y/o líquidos, ni muy débiles para que no se deterioren tan fácilmente. Es importante que la carta esté compuesta de dos partes separables, la interna que contenga la descripción de los platillos en papel, y sea posible cambiarla cuando varíen los precios o si se desea modificar algunos de los platillos, y la externa de material resistente, elegante y grueso debe perdurar, para economizar.

f) Tapa o Superficie: Debe ser óptima y de buena calidad, que sea de material resistente y con una combinación de colores adecuados en relación con la decoración y estilo del Restaurante Blanc, también es recomendable utilizar materiales lavables para los exteriores, tal es el caso del semi cuero.

g) Llamadas de atención: Se deben utilizar los subrayados, recuadros, negritas, tamaños grandes, entre otros, en los nombres de los platillos y aspectos que se deseen resaltar para captar la atención del comensal y así garantizar que el cliente elija lo que le apetezca y no se guíe únicamente por el precio.

h) Imágenes o fotografías: Se trata de presentar mediante las fotografías el aspecto físico del plato, y se debe servir lo que se está vendiendo en la imagen, sin engañar al cliente con falsa publicidad. La imagen debe ser exactamente igual al plato que se vaya a servir. De esta manera se garantiza la satisfacción del cliente en cuanto al cumplimiento de sus expectativas. Sin embargo, es un criterio opcional, ya que si se usa en exceso, puede recargar el menú y causar rechazo visual.

i) Colores: La combinación de los colores debe ser armoniosa y debe tener relación con la decoración o el estilo del restaurante. En el interior de la carta se debe colocar un fondo claro que permita visualizar bien las letras, de colores oscuros que resalten los nombres de los platillos. En líneas generales, debe ser coherente.

j) Estética: Se debe evaluar la parte llamativa del plato, cuidando la armonía de los colores de las diferentes fotografías, sin repetir platillos parecidos, ya que se debe conservar un equilibrio visual.

k) Presentación y redacción de los platillos: debe ser clara y concisa, no muy extensa, que permita al cliente entender con facilidad lo que se pretende comunicar, con la excepción de los platillos con nomenclatura establecida universalmente. De igual manera, se debe hacer una breve descripción de las preparaciones, que permitan al cliente elegir con plena confianza el plato de su preferencia, en caso de que sea intolerante a un ingrediente en particular, o simplemente que no sea de su agrado.

l) Nombre del plato: Debe estar ubicado en un lugar visible y estratégico, con una distancia adecuada hasta el siguiente. Con un tamaño y tipo de letra legible y mayor a la de la descripción de los platillos, considerando el formato con el que se vaya a trabajar, en este caso el díptico.

m) Descripción de los platillos: Es fundamental para complementar la información que el cliente desea saber, o si tiene dudas de lo que desea pedir, garantizando así que lo que se sirva al cliente sea lo que estaba esperando y evitar confusiones o desilusiones por parte del cliente. Debe ir posterior al nombre del plato, siendo breve y preciso, y debe adecuarse a adjetivos reales (fresco, delgadas, consistente, entre otras.), y no a aquellos que demuestren subjetividad (exquisito, delicioso, succu-

lento, entre otros.). Este apartado tiene mucha relación con el cumplimiento de las expectativas del cliente, las cuales deben ser cumplidas, y hasta superadas, pero nunca arruinadas.

n) Posición de los precios: la ubicación de los precios de los platillos no deberá estar en posición alineada, para evitar que el cliente tenga puntos de comparación entre un precio y otro. Por lo tanto, se deben colocar los precios al final de cada descripción del plato. Con esta técnica, se pretende no generar un patrón de lectura del comensal, sino que lea toda la carta y selecciones lo que realmente quiera, sin necesidad de que el precio lo impida.

Siguiendo todos los parámetros anteriores, se pudo realizar la reestructuración de la carta del Menú en el Restaurante Blanc del Tibisay Hotel Resort C.A en el estado Mérida.

Por otro lado, es importante tomar en cuenta la aplicación de un formato que permita estandarizar todas las recetas del menú que se pretende mejorar, para así siempre ofrecer las mismas características de los platillos que esté presente, sin importar quien las prepare. Se puede decir que la importancia de la receta estándar es garantizar un servicio óptimo al cliente ya que todos los platillos tendrán el mismo procedimiento de preparación, formato y presentación. Cabe mencionar que dicho formato sirve para el departamento de compras a fin de ofrecer una gestión más efectiva, como también permite especificar las cantidades exactas de cada uno de los productos que se requieren comprar de acuerdo a la expectativa de venta. Por tal razón, es fundamental la aplicación del formato de recetas estándares, acentuando en el mejoramiento de la calidad de servicio ofrecido en el Restaurante Blanc del Tibisay Hotel Resort C.A.



Figura 1. Diseño del Menú tipo carta. Fuente: Elaboración propia (2016)

En el mismo sentido, se muestra la estructura de costos, donde se establece la estandarización de las recetas. Este formato es un poco complejo y se debe tener sumo cuidado al momento de elaborarlo, debido a que expresa el valor total de venta al público del platillo, y el mínimo error puede causar pérdidas a la empresa o de lo contrario proporcionar precios irreales a los clientes.

1	RECETA ESTANDAR			
NOMBRE:		Lomito en Salsa de Mora y Miche Andino		
CLASIFICACIÓN:	Principal	Nº de Porciones:	1	
Ingredientes	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario (Bs)	CostoTotal (Bs)
Centro de Lomito	220,00	GR	5.000,00	1.100,00
Queso Ahumado	20,00	GR	3.000,00	60,00
Ajo	5,00	GR	1.000,00	5,00
Pimienta	4,00	GR	9.000,00	36,00
Sal	4,00	GR	400,00	1,60
				0,00
			Receta	1.202,60
OTROS COSTOS				0,00
				0,00
				0,00
				0,00
				0,00
				0,00
SERVICIO				10%
				0,00
IVA				12%
				0,00
TOTAL				0,00
PRECIO CARTA				0,00
PREPARACIÓN:				
		<p>Rellenar el lomito con el queso ahumado cortado en forma de bastón, luego salpimentar, agregar ajo, llevar a la plancha o al grill al termino solicitado por el cliente. Cortar las papas en macedonia, llevar a fritura profunda por 7 minutos, hasta que las papas estén cocidas y doradas por fuera.</p> <p>Para la salsa, en un sartén sofreír ligeramente las moras, agregar azúcar, el vino tinto y el punto de anís, dejar cocinar a fuego bajo hasta que reduzca un poco y se agrega el miche andino flameado.</p>		

Tabla 1. Formato de receta estándar. **Fuente:** Elaboración propia (2016)

Los planteamientos establecidos en el presente informe de pasantías son sumamente significativos para el departamento de Alimentos y Bebidas, tanto en el ámbito administrativo como en el operativo, con el mejoramiento de los procesos básicos del área de cocina y servicio en el Restaurante. Así mismo, genera resultados favorables a nivel general. Por tal razón se garantiza el crecimiento del departamento, cumpliendo así el objetivo principal del Hotel, el cual es, prestar los mejores y más efectivos servicios a los comensales.

Referencias:

Adecuación de los Procesos de Estructura de Costos en el Área de Alimentos y Bebidas de Lidotel Hotel Boutique Valencia

- Cisneros Mustelier, Lourdes; Pozo Mitjans, Robert; Espinosa Manfugas, Julia. 2011. Factores que inciden en el costo del servicio de buffet en un hotel ciudadano. Universidad Nacional Autónoma de México. Distrito Federal -México. P.59.
- Consuegra, Juan Guillermo. 2012. El Control de Costos. CosntruData. Recuperado el 26 de septiembre del 2016 desde: <http://www.construdata.com/BancoConocimiento/C/costos/costos.asp>
- Ramonet, Jaume. 2013. Análisis y Diseño de Procesos Empresariales: teoría y práctica del modelado de procesos mediante diagramas de flujo. Recuperado el 25 de octubre del 2016 desde: http://www.jramonet.com/sites/default/files/adjuntos/diagramas_flujo_jrf_v2013.pdf

Desarrollo Endógeno Sustentable en Agroecoturismo. Propuesta de Parque Recreativo y Turístico de Contacto de Plantas Aromáticas y Medicinales en el Valle del Mocotíes, Sur-Oeste del Estado Mérida

- <http://www.aporrea.org/actualidad/a218194.html>
- Arauz Beita, Ileana Isabel. (2010). Análisis del Sistema Turístico del Cantón de Buenos Aires: Insumos para un diseño de plan de desarrollo en Turismo Rural. Buenos Aires, Argentina. En línea Disponible en: http://biblioteca.uccvirtual.edu.ni/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=200&Itemid=1
- Arocena, José. Desarrollo Local: Un desafío Contemporáneo. Uruguay, 2002, en http://cebem.org/cmsfiles/publicaciones/Arocena_resumen.pdf
- Balderas Elorza, C. R. (2004). Ruta Turística sobre Pintura y Escultura de la Época Prehispánica y Colonial en el Estado de México. (Tesis licenciatura) Toluca: UAEM en: <http://docplayer.es/4347920-Palabras-clave-desarrollo-local-turismo-rutas-turisticas.html>

- Brito Gutiérrez, Jesús. Técnicas de Investigación Social. Líneas de investigación: Metodología cualitativa. e-mail: jgutierrez@poli.uned.es En <https://es.scribd.com/document/51491065/TECNICAS-CUALITATIVAS-Y-CUANTITATIVAS-APUNTES>
- Castillo N., Marcelino y Tovar B., Laura E. (2015). Desarrollo Local a partir del Diseño de Rutas Turísticas Temáticas en Aculco México. Aculco, México. En: Portal de Eventos y Memorias UPTC, Simposio Internacional de Investigación en Turismo y Nacional de Semilleros de Investigación ISSN: 2357-6197 <http://tics.uptc.edu.co/eventos/index.php/turisinvturismo/paper/view/1150>
- Chavarría, Carlos R. (2009). Estudio sobre turismo rural en Costa Rica (Programa Hemisférico de Agroturismo). Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura en: <http://docplayer.es/4347920-Palabras-clave-desarrollo-local-turismo-rutas-turisticas.html>
- Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, 2014, Título I De las Disposiciones Fundamentales, Capítulo I De las Disposiciones Generales, Artículo 2º Definiciones, Numeral 21. En Gaceta Oficial N° 6.152 Extraordinaria, Año CXLII, Mes 2, Caracas, martes 18 de noviembre de 2014.
- <http://definicion.de/desarrollo/>
- Desarrollo Local a partir del Diseño de Rutas Turísticas Temáticas en Aculco, México. Lic. Laura Eugenia Tovar Bustamante. Maestrante de Posgrado en Estudios Turísticos, Facultad de Turismo y Gastronomía UAEM, Toluca, México, en: <http://docplayer.es/4347920-Palabras-clave-desarrollo-local-turismo-rutas-turisticas.html>
- Definición de turismo rural - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/turismo/#ixzz409ECPLTf>
- E. Moré, M. Fanlo, R. Melero, R. Cristóbal. (2010). Guía para la Producción Sostenible de Plantas Aromáticas y Medicinales. Centre Tecnològic Forestal de Catalunya, en: <http://apsb.ctfc.cat/docs/GUIA%20PAM-CASTELLAfinal.pdf>
- <https://espaciovirtual.wordpress.com/2007/08/11/101-terminos-de-investigacion-cientifica/>
- Evolución del concepto de desarrollo, en: http://urbanismotresum.blogspot.com/2012/03/evolucion-del-concepto-de-desarrollo_11.html
- Fayos-Solá, E. (1994): "Competitividad y calidad en la Nueva Era del Turismo", Estudios Turísticos, nº 123, pp. 5-10 en: <http://www.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a7/07-261.pdf>

- Fergusson Laguna, Alex. El Desarrollo Sustentable La Revolución de las Lógicas y los Sentidos. Laboratorio de Sociología-INN. www.inn.gob.ve>pdf>foro>ponencias
- Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). (2016). Glosario de la Institución. El Salvador, El Salvador. En línea. Disponible en: <http://www.istu.gob.sv/component/glossary/Glosario-1/P/Parque-Recreativo-26/>
- Montaner Montanejo, J., Antich Corgos, J., & Arcarons Simón, R. (1998). Diccionario de turismo. España: Síntesis en: <http://docplayer.es/4347920-Palabras-clave-desarrollo-local-turismo-rutas-turisticas.html>
- Observatorio de Turismo Sostenible del Caribe de Costa Rica (2012). Turismo Rural Comunitario. Costa Rica, Costa Rica. En línea. Disponible en: <http://obturcaribe.ucr.ac.cr/nuestro-enfoque/turismo/turismo-rural>
- Palafox, G. (2007). Calidad en el Servicio. Recuperado el 24 de marzo del 2008, de: <http://secretosenred.com/articles/4482/1/CALIDAD-EN-EL-SERVICIO/Paacutegina1.html>
- Parques Temáticos, Estrategia de Producto en Núcleos Turísticos Consolidados: El Caso de Baleares”, Turismo: recursos y estrategias. Turismo Cultural. Francisco Sastre Alberti e Inmaculada Benito Hernández. Escola Oficial de Turisme CAIB-UIB en <http://www.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a7/07-261.pdf>
- Quesada Castro, R. (2006). Elementos del turismo. tercera reimpresión. San José: EUNED, en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012/1199/tipos-de-turismo.html>
- Ramírez, E. (2014). Agroecoturismo: Aporte para el desarrollo de una tipología turística en el contexto latinoamericano, Anuario Turismo y Sociedad. Vol. VX, pp. 223-236, en <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4225/4865>
- <http://rossettha-investigaciondocumental.blogspot.com/2011/02/investigacion-documental-i.html>
- Santamaría, Frédéric. Desarrollo Local. En <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article547>
- <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>
- <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Métodos Cualitativos de Investigación en Turismo - Método Delphi, en: <https://es.scribd.com/doc/46910113/Metodos-Cualitativos-de-Investigacion-en-Turismo-Metodo-Delphi>

- Puerta Vicent, Hernán José (2011). El Diseño de Investigación y los Conceptos Involucrados. hernanpuertav@yahoo.com En <http://tecnologiasenlaead.blogspot.com/2011/04/el-diseno-de-investigacion-y-los.html>
- Vera Rebollo J.F. y V.M. Monfort (1994): “Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia de la Comunidad Valenciana”, Estudios Turísticos, nº 123, 1994, pp. 17-45 en: <http://www.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a7/07-261.pdf>
- <http://yuleimacardoza.blogspot.com/2012/07/desarrollo-endogeno-sustentable.html>

Desarrollo Endógeno Sustentable en Turismo Gastronómico. Propuesta de Creación y Diseño de la Ruta Gastronómica y Turística del Café en los Municipios Cafeteros del Valle del Mocotíes Sur-Oeste Del Estado Mérida, Venezuela

- Alvarado, M. y Otros (1998). Características y definición de un Hotel – Escuela. Universidad de Guayaquil – Ecuador.
- Barboza, Martha Elizabeth: La Política Del Turismo Cultural y el Diseño de Producto Turístico para el Turismo Cultural: Caso: Corredor Turístico Bogotá-Boyacá-Santander, REDALYC, Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 60, mayo-agosto, 2007, pp. 105-122, Universidad EAN, Bogotá, Colombia, (<http://www.redalyc.org/pdf/206/20606006.pdf>).
- http://www.aytojaen.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?seccion=s_fdes_d4_v2.jsp&contenido=2457&tipo=6&nivel=1400&layout=p_20_contenedor1.jsp&codResi=1&language=es&codMenu=206&codMenuPN=4&codMenuSN=100&codMenuTN=197
- CORPOTURISMO, Proyecto Hotel Escuela, Pág. 34
- DeWalt, Kathleen M. & DeWalt, Billie R. (2002). Participant observation: a guide for fieldworkers. Walnut Creek, CA: AltaMira Press.
- Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, Decreto N° 1.441, Gaceta Oficial N° 6.152 Extraordinario, del 17 de noviembre de 2014.
- http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR_cuerpo.pdf
- Kawulich, Bárbara (2005). La observación participante como método de recolección de datos (1) <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/466/998> Volumen 6, N° 2, Art. 43, Mayo 2005

- <http://kiskeya-alternative.org/publica/bolivar/ecoturis.htm>
- <http://www.matrizfoda.com/dafo/analisis-foda-profesional/>
- <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/trazan-rutas-turisticas-para-los-ninos-de-la-parroquia-antimano/>
- Montecinos Torres, Antonio (2012). Planificación del Turismo, Gastronómico Sostenible: servicios, rutas, productos y destinos. CEGAHO, México.
- <https://pueblosdelsur.wordpress.com/page/5/>
- REDALYC, Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 20, núm. 3, mayo, 2011, pp. 706-721, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina
- Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México – DATATUR, (<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>)
- Schensul, Stephen L.; Schensul, Jean J. & LeCompte, Margaret D. (1999). Essential ethnographic methods: Observations, interviews, and questionnaires (Book 2 en Ethnographer’s Toolkit). Walnut Creek, CA: AltaMira Press.
- <http://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2015/11/Manual-productos-tur%C3%ADsticos.pdf>
- http://tesis.ula.ve/pregrado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1036

Plan de Acción Para Brindar Servicios de Calidad a Personas con Discapacidad Visual y Auditiva en Establecimientos de Alojamiento Turístico Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos

- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica Caracas, Venezuela. 6Ta edición. Editorial Espíteme.
- XIV Censo Nacional de Población y Vivienda, Resultados por Entidad Federal y Municipio del Estado Mérida. 2011. Instituto Nacional de Estadística. Consultado el 15 noviembre 2015.
- Decreto con rango, valor y fuerza de la Ley Orgánica de Turismo (2012). Venezuela.

- Ley para Personas con Discapacidad. Venezuela (2007). Asamblea Nacional.
- López, Quera. (2006). Colección Manuales y Guías. Serie Servicios Sociales. El Hotel Accesible. Guía para su diseño, organización y gestión. Madrid, España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad, Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO)
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2013). Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos. Publicado e impreso por la Organización Mundial del Turismo, Madrid (España). Actualizado para la 5ª Reunión Ministerial del 20 en noviembre de 2013.
- Organización Mundial de la Salud (2011). Resumen del informe mundial sobre la discapacidad. Consultado el 12 de octubre de 2015

Propuesta de Reestructuración del Menú en el Restaurante Blanc del Tibusay Hotel Resort C.A. Estado Mérida

- De La Torre F, (2000). Administración Hotelera: segundo curso alimentos y bebidas. México: Atrillas.
- Dolly. B. T. (2001). Administración de Servicios de Alimentación, Calidad, Nutrición, Productividad, y Beneficios. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Dugarte, R. (2013). Propuesta de un proceso de estandarización de recetas para el Restaurante Blanc del Hotel Tibusay del estado Mérida. Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos (CUHELAV). Mérida
- Durón, C. G. (2011). Ingeniería del Menú. México: Trillas, S.A. de C.V.
- Fleitman, Jack. (2000). Negocios exitosos. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Rojas, A. (2014). Diseño del menú y del recetario maestro del restaurante Juana la Loca del Hotel Isabel la Católica en el estado Nueva Esparta. Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos (CUHELAV). Mérida.
- Monroy, P. D. (2004). Introducción a la Gastronomía. México: Limusa
- Ojugo, C. (1999). Control de costes en restauración. (1era ed). Madrid. España. Paraninfo.
- Contreras, J. (2015) Scribd. Concepto de Receta Estándar. [artículo en línea]. Disponible en <https://es.scribd.com/doc/40749135/Estandarizacion-de-recetas-y-Coste-de-Recetas>. [Consulta, 2016, octubre, 12]

- López, J. (2011) Departamentos de alimentos y bebidas. Menú Tipo carta. Extraído el 9 de septiembre del 2016 desde <http://turismoudi2011-1.blogspot.com/2011/02/departamento-de-alimentos-y-bebidas.html>
- Sybil, Y. (2012) Cookingideas. ¿Cómo leemos el menú de los Restaurantes? Extraído el 20 de octubre del 2016 desde <http://www.cookingideas.es/menu-restaurante-20120208.html>
- Parada, P. (2015) Chefcreativo. Origen del menú. Extraído el 21 de octubre de 2016 desde <http://www.chefcreativo.co/blog/menulos-origenes-verdades-y-principios-de-esta-sugerente-palabra/>
- Popper K. (2012) La Lógica de las Ciencias Sociales. Extraído el 30 de octubre del 2016 desde http://epistemologiadelascienciasociales.sociales.uba.ar/files/2013/04/La_l%C3%B3gica_de_las_ciencias_sociales_Popper_E_A_FFyL.pdf
- (2014)Superintendencia de precio justo. La Providencia Administrativa número 05712014. Extraído el 30 de Octubre del 2016 desde <http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/>
- (2015)Hostelería News. Importancia de Menú. Extraído el 28 de Noviembre del 2016 desde <http://www.hostelerianews.com/la-importancia-del-menu-en-un-restaurante/>
- Vásquez, C.(2012) Gestipolis. Estructura Organizacional, tipo de organización y organigramas. Extraído el 15 de octubre del 2016 desde <http://www.gestipolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>

Turismo **En**
COMUNidades
Revista Científica de Turismo