

Capacitación turística en la península de Santa Elena, una necesidad imperante.

Ing. Karen Hidalgo Salto, MBA

Decana de la Facultad de Turismo y Hotelería, Universidad ECOTEC; Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera, Universidad de Especialidades Espíritu Santo UEES; Magister en Administración y Dirección de Empresas, UTEG – Universidad de la Empresa de Uruguay.

khidalgo@universidadecotec.edu.ec

RESUMEN

El turismo generalmente se ha caracterizado por que muchas grandes empresas se han privilegiado de la actividad turística, como: aerolíneas, cadenas hoteleras, servicios de transportación en general. Sin embargo, de toda iniciativa turística surgen servicios complementarios que aportan al turismo, generalmente estos servicios complementarios son emprendidos por los miembros de las comunidades donde se hace turismo.

La investigación desarrollada busca aportar con una propuesta de solución para un problema constante del Sector Turismo del Ecuador: la falta de profesionalización de la mano de obra. ¿De qué manera influye la falta de capacitación y desarrollo de competencias turísticas entre empresarios y colaboradores en la Calidad de la Industria Turística del sector? es la interrogante que esta investigación busca despegar.

El área estudiada comprende el cantón Salinas, de la Provincia de Santa Elena, y sus alrededores; se consideró este destino turístico por ser uno de los balnearios del Ecuador más visitados.

PALABRAS CLAVE

Capacitación, Calidad, Servicio, Desarrollo Turístico.

ABSTRACT

Tourism has generally been characterized by many large companies have privileged tourism, such as airlines, hotel chains, transportation services in general. However, all emerging tourism initiative that provide complementary services to tourism, often these complementary services are undertaken by members of the communities where tourism is.

The research undertaken seeks to provide a proposed solution to an ongoing problem of Tourism of Ecuador: the lack of professionalism in the workforce. How is influenced by the lack of training and skills development between business and tourism partners in the Quality of the tourism industry sector? is the question that this research seeks to take off.

The study area includes the Canton Salinas, of the Province of Santa Elena, and their surroundings, this destination is considered as one of the most visited beaches of Ecuador.

KEYWORKS

Training, Quality, Service, Tourism Development.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país muy rico en lugares con atractivos turísticos naturales y culturales que atraen a miles de personas del interior y de fuera; además posee climas diversos en sus diferentes estaciones en la Costa, Sierra, Oriente y las Galápagos. País admirado por poseer lugares fascinantes, naturaleza diversa y cultura ancestral, también llama la atención del visitante por la calidez de su gente con el turista que los visita.

El Ecuador ofrece al turista innumerables paisajes y una amplia gama de opciones atractivas para ser promocionadas entre los visitantes de distintos continentes, mostrando variedad de paisajes, ciudades bellas y coloniales que se pueden integrar en una variada oferta.

Es por ello que las diferentes empresas o personas dedicadas a esta actividad poco explotada en el Ecuador deben contar con personal preparado y capacitado en cultura de servicio, quienes puedan prestar al visitante asesoría en distintas áreas turísticas como son: Administración Hotelera, Restaurantes, Agencias de Viaje, Operadoras de Turismo, Transportes, Paraderos turísticos, entre otros.

En la Provincia de Santa Elena, así como en otras ciudades del

Ecuador, el mayor número de empresarios dedicados a la actividad turística son ecuatorianos o extranjeros, quienes con visión empresarial, han emprendido propuestas dentro de esta industria como hoteles, restaurantes, agencias de viaje, servicios de transporte, guianza turística, entre otros. Esta situación ha generado que muchas de estas empresas involucradas directamente con la actividad turística, no manejen estándares de servicios que representen calidad para el visitante, quien en muchas ocasiones no ha recibido un servicio acorde a sus expectativas generándose inconformidad entre el turista.

PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA

En cada punto turístico del Ecuador, se han desarrollado empresas que ofrecen servicios que benefician directa o indirectamente al visitante, lamentablemente entre el personal que forma parte de la operación de estas empresas existen inconvenientes y problemas de conocimiento turístico, manejo de idiomas, estandarización del servicio, carencia de normas de calidad, entre otras falencias que dificulta en ciertos casos la estadía satisfactoria de los turistas, ocasionando posibles decepciones en el visitante al recibir un servicio no acorde a sus expectativas.

Con el fin de recoger información acerca del grado de satisfacción de los turistas en su estancia en los destinos de la Costa y, por otra parte, indagar en la percepción de los empresarios del turismo acerca del grado de desarrollo de competencias del personal que labora en las empresas de servicios turísticos, se aplicaron técnicas e instrumentos para estudios de opinión.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En virtud de que existe la necesidad de crear una mejora continua en la forma como se sirve al turismo en el Ecuador en los diversos restaurantes, hoteles, agencias de viajes, paraderos turísticos, centros comerciales, terminales, aeropuertos, etc., es que surge el interés de realizar programas de capacitación turística para la Provincia de Santa Elena.

Sabiendo que la gran mayoría de negocios que se dedican a la actividad turística están en el cantón Salinas y que tienen un contacto constante con el cliente en las diferentes microempresas, pequeñas y medianas empresas turísticas que operan en la zona, es vital la mejora de la calidad en el servicio que ofrecen.

La creación de centros de

capacitación turística, que con una planificación estratégica adecuada beneficien al aprovechamiento de cada una de las oportunidades que el turismo ofrece, permitiría mejorar la captación y fidelización de clientes considerando que el turismo que se genera en Santa Elena es generalmente Turismo Interno donde la frecuencia de visita es mayor.

Con esto se busca principalmente el crecimiento del Turismo en el Ecuador posicionando al país como un destino sudamericano reconocido por el servicio de calidad, de igual manera se pretende desarrollar entre todos los involucrados directamente con la industria la idea que este sector se basa en vender servicios y experiencias, buscando de esta forma que se asimile la idea que del servidor turístico depende el turismo de hoy y del futuro, así como los ingresos de divisas al país por este rubro.

La Península de Santa Elena es uno de los destinos turísticos más concurridos por los visitantes tanto del Ecuador como del exterior, sin embargo la oferta que se genera en cuanto a servicios que complementen el atractivo natural que ofrece este destino aún está muy pobre.

Por esta razón es importante que

se implemente una campaña de concienciación en la que se destaque la necesidad de capacitación turística entre los ofertantes de estos servicios, como una alternativa de mejora y reestructuración de las empresas o personas dedicadas a este tema, con la finalidad de implementar un mejoramiento continuo a través de la formación del personal involucrado.

En vista del proceso de Globalización en el que está inmerso el mundo, la competencia en el sector turístico ya no se limita únicamente a las fronteras ecuatorianas, sino al mundo entero. Por ello surge la propuesta de creación de centros de capacitación turística en la Provincia de Santa Elena, idea que buscará cambiar la forma en la que se ha hecho turismo hasta la actualidad: sin planificación, sin preparación, sin conocimiento. Es el momento de dejar atrás el turismo empírico para desarrollar un turismo profesional en el Ecuador.

MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Capacitación del Sector Turismo

En competitividad no se puede pensar en un desarrollo equilibrado del sector o en un proceso de mejora de la calidad si no se realiza un esfuerzo de inversión en formación

del recurso humano.

La capacitación en turismo en el Ecuador carece de sólidos fundamentos, muy posiblemente las razones por las que hasta el momento no se ha dado en el país una clara propuesta de formación del personal operativo de la industria se relacionan con el crecimiento espontáneo que ha tenido en turismo en el país, ya que la mayoría de las empresas –sobre todo las medianas y pequeñas- se basan en una actividad familiar, lo que ha ocasionado escasa atención de los gobiernos hacia este sector.

Según la empresa privada, uno de los principales problemas en la formación turística es la falta de práctica que tienen los estudiantes. Sin embargo, a esto la misma empresa privada se contradice pues el estudiante al solicitar a las compañías del sector turismo la posibilidad de realizar sus prácticas pre profesionales –requisito previo para la obtención de los títulos profesionales-, suelen encontrarse con respuestas negativas por parte de los empresarios, o peor aún ser aceptados como practicantes pero encaminándolos a puestos de trabajo ajenos al objetivo que se busca.

La empresa privada se limita a aprovechar a los pasantes como mano de obra gratuita, no les

ofrecen la oportunidad de aprender y aportar creativamente en la gestión empresarial.

Hay que señalar que la formación profesional en turismo ha mejorado durante los últimos años. Los centros académicos tienen cada vez mayor conciencia de la necesidad de formar cuadros técnicos y gerenciales para tomar la posta en esta competitiva actividad.

La queja habitual de los institutos y universidades radica en que no se les considera como parte integrante del sector, ni se les pide ayuda en áreas como investigación, análisis estadístico, veeduría de calidad, etc.

Una práctica que va disminuyendo es que los profesores sean reclutados de entre ejecutivos de empresas turísticas, quienes, por obvias razones, asumen el papel docente como segunda prioridad.

Actualmente se prefiere a profesores que dedican todo su tiempo a la investigación y la docencia, lo cual mejora algunos rendimientos pero aleja a la academia del conocimiento directo de la vida empresarial y genera sesgos teóricos.

Otro reclamo del área académica es que el Estado no ha emprendido un estudio para establecer las necesidades del mercado laboral, por lo que se continúa formando

rutinariamente profesionales y técnicos que no encuentran ubicación en empresas, o que no se desempeñan adecuadamente en las áreas donde se necesitan. Este reclamo es discutible, en la medida en que debiera ser deber de la academia emprender dicho estudio en beneficio propio.

El Acuerdo de Competitividad debe propiciar una más estrecha colaboración entre la empresa y los centros de formación, en los siguientes aspectos:

- Cooperación en investigación y estudios turísticos.
- Compromiso de contratación de personal con mayor cualificación.
- Con el aporte de la empresa, mejorar los programas de estudio.
- Con el aporte de la academia, propiciar intercambio de información para establecer las necesidades profesionales de la empresa.
- Buscar en conjunto una mayor experiencia pre-profesional del estudiante.
- Vincular las entidades académicas en la formación acelerada e intensiva de las personas que se vinculen a la organización y promoción de clusters, para el manejo de Fondos Mixtos, Gerencias Regionales, etc., podría

constituir un cambio radical en la gestión turística.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Demanda Histórica

A pesar de que muchas empresas se vieron afectadas por las nuevas leyes en cuanto a lo laboral y algunas dejaron de utilizar los servicios de empresas asesoras o de intermediación laboral, la demanda de solicitar estos servicios no ha tenido una caída muy fuerte.

Aún en el mercado se ve como empresas contratar los servicios de otras compañías tipo outsourcing para diferentes áreas.

La capacitación constante con miras a la mejora continua de los procesos empresariales es un tema que las empresas siguen contratando con entes externos, ya que las necesidades que presentan con miras a mejorar su competitividad generalmente se enfocan en la formación y preparación del personal.

Se han identificado las principales necesidades que tienen en común las empresas dedicadas a la actividad turística en la Provincia de Santa Elena:

Cuadro # 1

Necesidades Comunes	
1	Obtener con agilidad y conocimientos mejores servicios turísticos de la Provincia Santa Elena.
2	Evitarse la mala atención existente en los diferentes lugares turísticos del Ecuador.
3	Exigen confidencialidad en el manejo de la información proporcionada.
4	Recibir un servicio profesional que soluciones sus problemas organizacionales y de capacitación turística.
5	Exigen calidad en los servicios en las diferente microempresas.

Fuente: Estudio de Campo 2010

Elaborado por Ing. Karen Hidalgo, MBA

Oferta Histórica

Hay empresas que ya están en el mercado y que se dedican a la capacitación, ofreciendo este servicio en áreas como: Coaching, Liderazgo, Evaluación por Competencias, Análisis del Personal con Pruebas Psicométricas, Análisis del Cargo, Calidad, entre otras.

Algunas de las empresas han entrado al proceso de obtener el certificaciones ISO que hoy son un sello que garantiza la calidad de los servicios ofrecidos, otras tiene una larga trayectoria en el mercado las cuales las hacen más confiables.

Sin embargo en Salinas, Provincia de Santa Elena, no hay empresa radicada en la región, la competencia más cercana se encuentra en la ciudad de Guayaquil. Por eso es importante fortalecer el Turismo de la zona, enfocándose en un plan que capte a las principales microempresas y empresas comerciales y de servicio de la Provincia de Santa Elena.

Resultados de Encuestas y Diagnóstico

El conocer la percepción de los turistas que visitan la Provincia de Santa Elena, y más aun de aquellos que hacen uso de los servicios turísticos de la región, fue un factor clave para el desarrollo de esta investigación pues permitió conocer la percepción de la calidad de servicios ofertados. A continuación se detallan las respuestas obtenidas:

Gráfico y Tabla # 1

¿Entre los principales sitios o lugares turísticos que prestan servicios a los visitantes, cuáles son los lugares que usted más visita en Santa Elena?

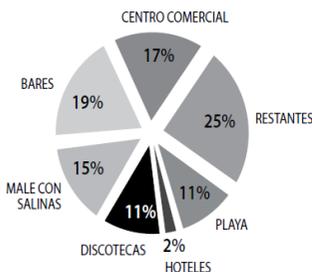


TABLA DE FRECUENCIAS

Sitios	Frecuencia	%
RESTANTES	60	25%
PLAYA	25	11%
HOTELES	5	2%
DISCOTECAS	25	11%
MALE CON SALINAS	35	15%
BARES	45	19%
CENTRO COMERCIAL	40	17%
TOTAL	235	100%

Fuente: Estudio de Campo 2010

Elaborado por Ing. Karen Hidalgo, MBA

Análisis e Interpretación del Gráfico y Tabla # 1:

Es necesario considerar que el mayor número de turistas que se encuentran en Salinas visitan en su gran mayoría a los restaurante con un 25%, sin embargo los Bares de Salinas ocupan un 19% de los turistas que los visitan.

Otro sitio de distracción representa los centros comerciales existente con un 17% y por último el 15% de los visitantes a este cantón se distraen en el Malecón de Salinas.

Se considera que el mismo turista suele visitar estos sitios a la vez como son: Restaurantes, Bares, centros comerciales y el malecón de Salinas.

Gráfico y Tabla # 2

¿Le agrada el ambiente que Genera Salinas los fines de semana?

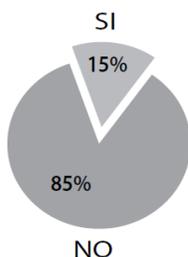


TABLA DE FRECUENCIAS

Decisión	Encuestados	%
SI	60	85%
NO	25	15%
TOTAL	100	100%

Fuente: Estudio de Campo 2010

Elaborado por Ing. Karen Hidalgo, MBA

Análisis e Interpretación del Gráfico y Tabla # 2:

A la mayor parte de los encuestados les gusta pasar los fines de semanas en Salinas, registrándose un porcentaje del 85% que se dirige normalmente al balneario como uno de los sitios más agradables para el turismo en el Ecuador. Sin embargo existe un 15% de turistas que no toman a Salinas como uno de sus lugares de mayor atracción en el Turismo Ecuatoriano.

Cabe recalcar que muy

posiblemente el porcentaje al que no le agrada el cantón Salinas como lugar para visitar los fines de semana (El 15% de los encuestados) podría ser por la carencia de cultura de servicio entre quienes son parte de la mano de obra operativa de la actividad turística, lo que implica un importante indicador que da la pauta para analizar la importancia de mejorar el servicio entre quienes hacen turismo en la zona.

Gráfico y Tabla # 3

Usted considera que el servicio que ofrecen los diferentes lugares que concurre en Salinas es:



TABLA DE FRECUENCIAS

Descripción	Encuesta	%
Malo	0	0%
Regular	10	10%
Bueno	55	55%
Muy Bueno	30	30%
Excelente	5	5%
TOTAL	100	100%

Fuente: Estudio de Campo 2010

Elaborado por Ing. Karen Hidalgo, MBA

Análisis e Interpretación del Gráfico y Tabla # 3:

Lo que se espera como respuesta ideal en este tipo de pregunta es que la mayoría de los encuestados respondan que reciben un servicio excelente, sin embargo la excelencia tan solo equivale a un 5% lo que implica que es un porcentaje bastante bajo para los operadores turísticos, lo que da la pauta de la necesidad de implementar seminarios enfocados en desarrollar las competencias de quienes están dentro de la mano de obra turística. El 30% representa una aceptación de muy bueno y la gran mayoría manifiesta que es tan solo bueno el servicio que ofrecen los operadores turísticos es decir un 55%, el servicio regular supera al servicio excelente en un porcentaje del 10% de los visitantes no se sienten a gusto por las atenciones recibidas en la microempresas.

TABLA DE FRECUENCIAS

Descripción	Encuestados	%
SI	95	95%
NO	5	5%
TOTAL	100	100%

Fuente: Estudio de Campo 2010

Elaborado por Ing. Karen Hidalgo, MBA

Análisis e Interpretación del Gráfico y Tabla # 4:

El 95% de los turistas o visitantes de la ciudad de Salinas le agrada siempre que se los atiendan de manera eficientes y de forma personalizada, observándose de esta manera que el agrado del turista por un servicio de calidad.

El 5% de los visitante no les interesa le servicio tan solo que le den el producto sin importar el personal o la planta donde se los atiende, sin embargo el porcentaje es bajo y poco considerable.

Gráfico y Tabla # 4

¿Le gustaría recibir una atención al Cliente eficiente, digna y personalizada en cada establecimiento que visita?



Gráfico y Tabla #

¿Tiene usted seguridad en los servicios turísticos?

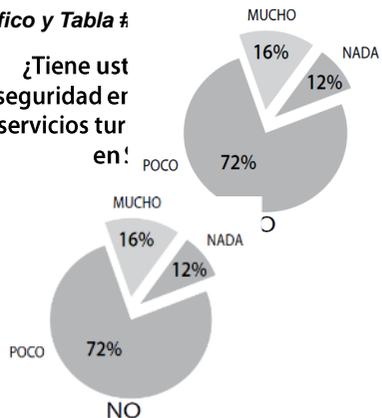


TABLA DE FRECUENCIAS

Descripción	Encuestados	%
NADA	12	12%
POCO	72	72%
MUCHO	16	16
TOTAL	100	100%

*Fuente: Estudio de Campo 2010
Elaborado por Ing. Karen Hidalgo, MBA*

Análisis e Interpretación del Gráfico y Tabla # 5:

Hay que tomar en consideración que esta pregunta da una importante pauta de la necesidad de desarrollar campañas de Capacitación Turística en la zona de estudio, pues detallan un 72% de los encuestados que existe poca confianza y seguridad en las instituciones que ofrecen las diferentes variedades de productos y servicio, sin embargo apenas el 16% manifiesta de mantener aun confianza y seguridad en los locales de Salinas.

El 12 % restante lo representan aquellos ciudadanos turistas y visitante que no confían en lo absoluto en las empresas que ofertan servicios turísticos en el cantón.

De igual manera, este estudio buscó conocer las opiniones de los empresarios e involucrados directamente en la operación turística de la Provincia de Santa Elena sobre la necesidad de mejorar

la calidad de servicios ofertados por las empresas. A continuación se detallan las respuestas obtenidas:

Entrevista a Guy Rosa, Propietario y Gerente General del Hotel Valdivia.

De nacionalidad francés, Guy Rosa se inició en la industria de la hotelería en la Hostería La Ciénega, de la que fue Gerente General antes de adquirir el Hotel Valdivia en la Península de Santa Elena. En el cantón La Libertad se ha caracterizado por su constante involucramiento en el sector turístico y hotelero, a tal punto que fue Presidente de la Cámara de Turismo del Cantón La Libertad.

Considera que efectivamente los servidores turísticos NO están capacitados para atender correctamente al turista. Los empresarios hoteleros de la Península de Santa Elena, como los del Ecuador, son profesionales que dedican su tiempo y recursos financieros para intentar hacer turismo, indica. “Desgraciadamente en el país quienes están dentro del sector público no consideran a quienes están en el sector privado, es más consideran que los empresarios no sabemos de la actividad turística por lo que nuestras recomendaciones nunca son escuchadas y peor consideradas” mencionó Guy Rosa durante la

entrevista a profundidad.

Cuando se le consultó sobre cuáles son las áreas en las que se debe trabajar en una profunda capacitación indicó lo siguiente: “La atención al cliente es necesaria, sobre todo a los meseros”.

Entrevista a Ricardo Camacho, Director de Desarrollo Sustentable de la Prefectura de Santa Elena.

Tras ser seleccionado entre varios aspirantes en concurso de merecimientos convocado por el Ministerio de Turismo, Ricardo Camacho Ayala fue posesionado como Director de Turismo en la Provincia de Santa Elena en el año 2008, cargo que ejerció hasta mediados del 2009. Se desempeñó como Director de Desarrollo Sustentable de la Prefectura de Santa Elena hasta el año 2011.

Según indica, muchas de las iniciativas o las inversiones privadas que se han desarrollado en Salinas y en la Provincia en general, han sido iniciativas formadas por capitales de ciudadanos del país o del mundo que con un criterio de inversión, sin planificación sin análisis de una correcta oferta o demanda, ni con un estudio de factibilidad previo, han iniciado negocios que por la falta de conocimiento técnico y lógicamente una correcta

administración de la oferta de alojamiento no han sabido cómo ir mejorando sus capacidades; lógicamente al personal que se contrata al no tener esa experticia ellos como administradores contratan personas que no tienen ninguna capacidad en cuanto al servicio y atención al cliente y generan a las finales mal servicio o un servicio de mala calidad.

PROPUESTA

La creación de Centros de Capacitación Turística sería una propuesta para responder a la necesidad de un servicio individualizado y personalizado en la rama del turismo en el cantón Salinas promoviendo la formación y capacitación con un enfoque profesional, por lo que se contempla que la preparación del personal involucrado directamente con la actividad turística esté en manos de profesionales relacionados activamente, y con conocimiento actualizado, en la industria, buscando de esta manera mejorar la prestación de servicios en el cantón.

Se plantea la sensibilización en el manejo de servicios turísticos que microempresas, empresas, locales, centros de atención al turista, operadores turísticos y cualquier ente que provea servicios al visitante nacional y extranjero este ofreciendo. De esta forma

el contenido de los programas se adapta según las necesidades específicas de los ofertantes de la industria turística de Salinas, Provincia de Santa Elena.

Por medio de los servicios y programas de Capacitación Turísticas ayudará a que la mano de obra turística presente las debidas atenciones y seguridad a cada uno de los visitantes locales e internacionales, generando competencia, dotes de servicio y mejor atención al turista.

Objetivo General de la Propuesta:

Brindar Capacitación Turística y Consultoría Organizacional apoyando a las empresas que ofrecen turismo a optimizar la reestructuración de su capital humano y a manejar los procesos de cambio de una forma sutil, profesional y humana; debiendo conocer y comprender la cultura de cada involucrado con la mano de obra turística.

Objetivos Específicos de la Propuesta:

- Desarrollar programas y seminarios de interés para todos los involucrados con el turismo que permitan orientar a la mano de obra turística a mejorar sus necesidades para convertir las empresas en las que

se desenvuelven en instituciones competitivas a nivel de servicios ofertados, reingeniería financiera, administrativa, económica y productiva enfocadas en el mejoramiento continuo de la Industria Turística.

- Mantener estándares altos de capacitación, desarrollando Seminarios con temas de interés turístico buscando generar en los empleados de turismo una transición apropiada a la calidad de servicio.
- Asesorar y brindar un apoyo psicológico para disminuir los sentimientos de frustración de los operadores turísticos además de estimular las principales habilidades con las que cuente la persona para su desarrollo y así evitar el síndrome del mal servicio y poca calidad en atención al turista.

NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

De acuerdo al estudio de campo, se ha identificado necesidades de capacitación en los siguientes temas:

Administración de Alimentos y Bebidas

Promover el conocimiento adecuado de la estructura y

administración de un restaurante y de un departamento de Alimentos y Bebidas de un hotel, con el fin de formar en los participantes un perfil profesional con capacidades para planear, organizar y dirigir actividades dentro de las áreas de alimentos y bebidas.

Técnicas de Restaurante

Promover el conocimiento adecuado de las diferentes estructuras que ofrecen los servicios de alimentos y bebidas en restaurantes, que le permitan desarrollar sus habilidades para la ejecución de los procesos de la operación de los mismos.

Desarrollo de Eventos y Banquetes

Promover el conocimiento adecuado de las diferentes estructuras y servicios que ofrece el área de Eventos y Banquetes fomentando la profesionalización del personal operativo, así como emprendimientos propios en esta área.

Manejo de Normas de Seguridad e Higiene en la Manipulación de Alimentos

Conocer las consecuencias de una mala higiene, así como el crear conciencia en los jóvenes profesionales como esto puede convertirse en una pérdida económica, de credibilidad, multas

y cómo afecta esto en el turismo.

Técnicas Gastronómicas

Desarrollar las habilidades entre los participantes para elaborar menús equilibrados basados en el conocimiento de los diferentes géneros y modos de cocción, condimentos y especias, optimizando la utilidad de los mismos.

CONCLUSIONES

Según las investigaciones realizadas en Salinas la necesidad de programas de Capacitación es imprescindible para adoptar una cultura de servicio al turismo en los principales hoteles, bares, discotecas, restaurante, cafetería en donde la mano de obra que forma parte de la Industria del Turismo necesita desarrollar competencias que mejoren el servicio de los establecimientos de los que forman parte.

Se recomienda la implantación y pronta puesta en marcha de Centros de Capacitación Turística y realizar convenios estratégicos con el estado Ecuatoriano para poder desarrollar mejor el turismo en la provincia de Santa Elena.

El Turismo se desarrollará en el Ecuador no solo gracias al recurso natural o cultural con el que

cuenta; es primordial, indispensable y esencial que la mano de obra involucrada en el turismo pueda estar preparada con los estándares mundiales que garanticen servicios de calidad a los visitantes que acuden a los diferentes establecimientos de la planta turística.

Es momento de dejar de lado un turismo empírico y poco responsable donde se busque únicamente beneficios a corto plazo. Quienes forman parte de la Industria Turística tienen la oportunidad de desarrollar calidad, buscar orden y planificación, es momento de que el turismo sea sustentable y desarrolle industrias que permanezcan en el tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, Miguel Angel, Administración Del Turismo, Conceptualización y Organización, Editorial Trillas México, 1991.
- Cardenas, Favio, Comercialización Del Turismo, Determinación y Análisis del Mercado, Editorial Trillas México 1999.
- The Ecotourism Society, Una guía para Operadores de Turismo, 1994.
- PLANDETUR 2020 del Ministerio de Turismo de Ecuador, Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020-Informe Final, 26 de septiembre de 2007.
- Consideraciones teórico-metodológicas sobre el turismo como factor de desarrollo económico. El turismo de naturaleza, MsC. María Mercedes Machín Hernández Universidad de Pinar del Río-Cuba.
- Marchena, M. Manual de Turismo Rural. España. 1997.
- Marchena, M. Manual de Ecoturismo. España. 1997.
- Turismo de naturaleza en función del desarrollo local, Isabel Urquiza, Cuba.
- Turismo de Naturaleza: Conceptos preliminares para las bases de diseño, Las Habana: MINTUR, 2000.
- El uso de los instrumentos clásicos del marketing y la tecnología digital en turismo, Estud. perspect. tur. v.16 n.1 Ciudad Autónoma de Buenos Aires ene./mar. 2006
- Cerveró, J., Iglesias, O. y Villacampa, O. 2002 Marketing

- turístico. Octaedro, S.L., Barcelona.
- Chaffey, D., Mayer, R., Johnston K., y Ellis-Chadwick F. 2000 Internet Marketing. Prentice Hall, Harlow
 - Kotler P., Bowen J. y Makens J. 1997 Mercadotecnia para hotelería y turismo. Prentice-Hall Hispanoamericana, México
 - El Marketing Relacional Y Las Relaciones como Ejes En El Sector Turísticofundamentales Del Marketing, I Coloquio Predoctoral Europeo De Turismo Y Ocio Esade-imhi (Cornell – Essec) 3-4 De Abril De 2003
 - Martínez, Emigdio - “Gerencia De Clientes: Estrategias De Marketing Para La Fidelización De Clientes”.Editorial Oveja Negra – Bogotá, 2001.
 - Abad, Raúl – “Marketing Relacional, Futuro Relacional”. Editorial Espasa-calpe, Barcelona, 2003.
 - Navarro, Eduardo – “¿Qué es C.R.M.?”, Editorial Limusa, Madrid, 2002
 - La aplicación del marketing en la industria turística, Msc. Esther Lidia Machado Chaviano y Lic. Yanet Hernández Aro, Jjunio 2007-Santa Clara, Villa Clara, Cuba.
 - Marketing en Internet: Aplicaciones en el sector del turismo, M.Sc. Abilio Marrero Rodríguez, Universidad de Holguín, Cuba.
 - Material entregado por el Profesor Dr. René Fernández Aráoz en la clase de Planificación Estratégica de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas, 6ta Versión Internacional UTEG, año 2007:
 1. Manual de Planificación Estratégica
 2. El Plan Estratégico: Paso a Paso Guía de Trabajo, José A. García.