



**Universidad de Oriente  
Núcleo Nueva Esparta  
Escuela de Hotelería y Turismo  
Departamento de Turismo**

**CULTURA TURÍSTICA DE LOS EMPLEADOS DE LOS  
COMERCIOS DE ZONA LIBRE EN LA LOCALIDAD EL  
CARDÓN, MUNICIPIO CARIRUBANA DEL ESTADO FALCÓN.**

Trabajo de grado modalidad Investigación, presentado como requisito parcial  
para optar al título de Licenciatura en Turismo.

Br. Gutiérrez Molina, Jennifer Alejandra  
C.I. 17.666.298

Guatamare, Diciembre del 2008

## DEDICATORIA

A Jesucristo, por cubrirme con su santa y poderosa sangre en todos los momentos de mi carrera.

A la Virgencita del Valle, por protegerme, cuidarme y guiarme siempre en estos cinco años que estuve aquí en la Isla de Margarita.

A mis hermosos y responsables padres **Ramón Gutiérrez y Jenny Molina**, quienes con su apoyo, motivación e inspiración han hecho posible obtener este éxito profesional en mi vida.

A mi más grande admiración y ejemplo de vida, **Janny** Gutiérrez, mi hermana, por apoyarme en todo momento principalmente en los más difíciles y hacer de ellos experiencia de vida.

A mi hermanito **Felix Alejandro**, por llenarme de momentos felices y alegrías.

A mis emprendedoras y bellas tías **Marilis, Iraima y Daxys Molina** por apoyarme en todo momento.

A mis amigas incondicionales de la adolescencia **Yosmiriam Reyes y Evimar Chirimos**, quienes a pesar de la distancia siempre estuvieron conmigo apoyándome en todo momento

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y a la Virgen del Valle por guiarme en todo momento por el buen camino.

A mis amados y hermosos padres y hermana, por su apoyo incondicional, motivación, y grandes consejos para seguir adelante en los momentos más difíciles que e tenido que enfrentar, durante el recorrido de toda mi carrera.

A la Antropóloga y Profesora Petra Aguilera, por haber aceptado ser mi asesora académica y haber soportado toda la presión, motivos de mis apuros y correderas durante la realización de este trabajo de grado.

A los profesores Luis Ávila, Mariaynés Murillo y Jacsy la Rosa por haberme apoyado constantemente con sus conocimientos teóricos y prácticos durante la realización de esta investigación.

A la incondicional Flaca, quien con sus consejos, voz de aliento y habilidades contribuyeron con la culminación del mismo.

A Jose Manuel, por haber confiando en mi profesionalmente siempre y haberme ayudado y sobre todo apoyado durante el recorrido de esta carrera.

A mi amigo Rafael Dum y Claudia Díaz por apoyarme y ayudarme en los momentos más difíciles que tuve que enfrentar, principalmente en la etapa final del presente trabajo.

## *AGRADECIMIENTOS.*

---

A mis amigos Ale, Gaby, Ever, Rosy y Alvaro por sus consejos e incondicional apoyo.

A la familia Díaz, por su apoyo incondicional en los momentos buenos y malos.

A la Sra. Carmen Pino, por apoyarme, ayudarme y sobre todo consentirme en todo momento.

Y a todas aquellas personas que contribuyeron de alguna forma a la realización del presente trabajo.

A TODOS MUCHAS GRACIAS

## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
RESUMEN.....	XIII
CAPÍTULO I.....	1
1.1.- Planteamiento del Problema .....	2
1.2- Objetivos .....	14
1.2.1 Objetivo General.....	14
1.2.2 Objetivos Específicos.....	14
1.3. Justificación.....	15
CAPÍTULO II.....	17
2.1 Antecedentes de la investigación .....	18
2.2 Bases teóricas.....	22
2.3 Definición de términos.....	40
2.4 Operacionalización de variables.....	43
CAPÍTULO III.....	52
3.1 Nivel de la Investigación.....	53
3.2 Diseño de la Investigación.....	53
3.3 Área de Estudio.....	54
3.4 Población y Muestra.....	54
3.4.1 Población.....	54
3.4.2 Diseño de la muestra.....	54
3.5 Sujetos de Información.....	56
3.6 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de la Información.....	57
3.7 Técnica de Procesamiento y análisis de los datos.....	58
3.8 Presentación de los resultados.....	59
CAPÍTULO IV.....	60

4.1 Características sociodemográficas de los empleados de comercios de zona libre de la localidad el cardón, municipio carirubana del estado falcón. .....	60
4.1 Características sociodemográficas de los empleados de comercios de zona libre de la localidad el cardón, municipio carirubana del estado falcón. .....	61
4.2 Nivel de conocimiento de los empleados de los comercios de zona libre sobre la actividad turística que se desarrolla en la localidad el cardón del municipio carirubana. ....	74
4.3. VALORES, ACTITUDES Y COSTUMBRES PRESENTES EN LOS EMPLEADOS DE LOS COMERCIOS DE ZONA LIBRE DE LA LOCALIDAD EL CARDÓN. ....	80
4.4 Percepción de los turistas sobre los valores, actitudes y costumbres percibidos, en los empleados de los comercios de zona libre de la localidad el cardón del municipio carirubana.....	82
4.5 Actuación de la alcaldía del municipio carirubana, la corporación de turismo del estado falcón corfaltur, y la corporación para la zona libre y el fomento de la inversión turística de la península de paraganá corpotulipa en la planificación, ejecución y control de programas, talleres y cursos de formación de una cultura turística en las poblaciones del municipio carirubana del estado falcón. ....	86
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	100
CONCLUSIONES.....	100
CONCLUSIONES.....	101
RECOMENDACIONES .....	104
REFERENCIAS .....	106
ANEXOS.....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla nro. 1. Atractivos turísticos del municipio carirubana estado falcón.....	5
Tabla nro. 2. Establecimientos de hospedaje del municipio carirubana del estado falcón.....	6
Tabla nro. 3. Establecimiento de alimentos y bebidas del municipio carirubana del estado falcón.....	7
Tabla nro. 4. Establecimientos de recreación del municipio carirubana del estado falcón.....	8
Tabla nro. 5. Distribución porcentual de importaciones por rubros años 2005 y 2006 (millones de bolívares) .....	9
Tabla nro. 6. Proyección empresas comerciales autorizadas para operar bajo régimen de zona libre de paraganá.....	10
Tabla nro. 7. Generación de empleos en empresas operadoras de zona libre península de paraganá .....	11
Tabla nro 8. Operacionalización de variables .....	44
Tabla nro. 9 diseño muestral.....	55
Tabla nro. 10. Género de los empleados de comercios de zona libre .....	61
Tabla nro. 11. Edad de los empleados de comercios de zona libre.....	62
Tabla nro. 12. Estado civil de los empleados de comercios de zona libre. ...	63
Tabla nro. 13. Lugar de origen de los empleados de comercios de zona libre. ....	64
Tabla nro. 14. Lugar de residencia de los empleados de comercios de zona libre .....	65
Tabla nro. 15. Nivel de formación de los empleados de comercios zona libre .....	66
Tabla nro. 16. Cargo que desempeñan los empleados de comercios de zona libre .....	67

Tabla nro. 17. Tiempo de antigüedad en la empresa por parte de los empleados de comercios de zona libre.....	68
Tabla nro. 18. Promedio de ingresos mensuales de los empleados de comercios de zona libre. ....	69
Tabla nro. 19. Promedio de gastos mensuales de los empleados de comercios de zona libre. ....	70
Tabla nro. 20. Carga familiar de los empleados de comercios de zona libre.	71
Tabla nro. 21. Capacitación turística de los empleados de comercios de zona libre. ....	72
Tabla nro. 22. Perfil sociodemográfico de los empleados de comercios de zona libre de la localidad el cardón municipio carirubana.....	74
Tabla nro. 23 conocimientos de los empleados de comercios de zona libre sobre la actividad turística. ....	75
Tabla nro. 24. Resultados de la prueba en relación al lugar de origen de los empleados de comercios de zona libre.....	76
Tabla nro. 25. Resultados de la prueba en relación con el nivel de formación de los empleados de comercios de zona libre. ....	77

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura nro. 1. Alcances o efectos de la cultura turística.....	32
Figura nro. 2. Contexto del servicio .....	37
Figura nro. 3. Competitividad del destino turístico. ....	39

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico nro. 1. Género de los empleados de comercios de zona libre.....	61
Gráfico nro. 2. Edad de los empleados de comercios de zona libre .....	62
Gráfico nro. 3. Estado civil de los empleados de comercios de zona libre. ..	63
Gráfico nro. 4. Lugar de origen de los empleados de comercios de zona libre. .....	64
Gráfico nro. 5. Lugar de residencia de los empleados de comercios de zona libre .....	66
Gráfico nro. 6. Nivel de formación de los empleados de comercios zona libre .....	67
Gráfico nro. 7. Cargo que desempeñan los empleados de comercios de zona libre .....	68
Gráfico nro. 8. Tiempo de antigüedad en la empresa por parte de los empleados de comercios de zona libre.....	69
Gráfico nro. 9. Promedio de ingresos mensuales de los empleados de comercios de zona libre. ....	70
Gráfico nro. 10. Promedio de gastos mensuales de los empleados de comercios de zona libre. ....	71
Gráfico nro. 11. Carga familiar de los empleados de comercios de zona libre. .....	72
Gráfico nro. 12. Capacitación turística de los empleados de comercios de zona libre. ....	73
Gráfico nro. 13 conocimientos de los empleados de comercios de zona libre sobre la actividad turística. ....	75
Gráfico nro. 14. Resultados de la prueba en relación al lugar de origen de los empleados de comercios de zona libre.....	77

Gráfico nro. 15. Resultados de la prueba en relación con el nivel de formación de los empleados de comercios de zona libre. .... 78

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro nro. 1. Actores involucrados.....	87
Cuadro nro. 2. Planes y programas ejecutados por los entes rectores de la actividad turística para el fomento y consolidación de un cultura turística en el municipio carirubana.....	95



**Universidad de Oriente**  
**Núcleo Nueva Esparta**  
**Escuela de Hotelería y Turismo**  
**Departamento de Turismo**

**CULTURA TURÍSTICA DE LOS EMPLEADOS DE LOS  
COMERCIOS DE ZONA LIBRE EN LA LOCALIDAD EL  
CARDÓN, MUNICIPIO CARIRUBANA DEL ESTADO FALCÓN.**

Trabajo de grado modalidad Investigación, presentado como requisito parcial  
para optar al título de Licenciatura en Turismo.

Br. Gutiérrez Molina, Jennifer Alejandra

C.I. 17.666.298

Tutor Académico:

Antrop. Petra Aguilera

**RESUMEN**

La presente investigación tiene como principal objetivo describir la cultura turística de los empleados de los comercios de zona libre de la localidad El Cardón, municipio Carirubana del estado Falcón, para ello se conoció e identificó el perfil sociodemográfico y los elementos de una cultura

turística (conocimiento, valores, actitudes y costumbres) en los empleados de los comercios de zona libre de la presente localidad, así como también se determinó la percepción de los turistas con respecto a esos elementos de la cultura turística presentes en los mismos y finalmente se describió la actuación de los entes encargados de la actividad turística en el municipio Carirubana en la planificación, ejecución y control de planes y talleres de formación de una cultura turística en las poblaciones del municipio; para tal fin se realizó una investigación con un enfoque cuantitativo con diseño contemporáneo transeccional de campo y una amplitud multivariable en donde se precisaron dos poblaciones, una constituida por 240 empleados pertenecientes a tres locales comerciales de la localidad y la otra constituida por los clientes que visitaron los comercios el 23 de Septiembre del 2008. En efecto se realizó un muestreo intencional no probabilístico aplicado a 26 empleados y un muestreo aleatorio simple aplicado a 96 clientes. Los resultados obtenidos indican que los empleados de los comercios de zona libre del municipio Carirubana, no poseen los elementos necesarios que conforman lo definido por la Secretaría de Turismo de México como cultura turística, sin embargo presentan un sentido de pertenencia en su cultura tradicional pese a no ser transmitida a los turistas.

**Palabras Claves:** Cultura turística, Capacitación y Formación Turística.

*Un problema bien planteado constituye la  
mitad de la solución "*

*Russell Ackoff*

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**



### **1.1.- Planteamiento del Problema**

El turismo es una actividad socio-económica, que implica la prestación de un servicio por parte de los prestadores de servicios a turistas que se desplazan de su lugar de residencia a otro, para satisfacer sus distintas necesidades y motivaciones en el destino visitado, apuntando a que su experiencia en el mismo sea satisfactoria, así como lo afirma De Kadt (1979:98) “el turista satisface sus necesidades mediante los bienes y servicios que presta la comunidad receptora” de esta manera, se da lo que llamamos el hecho turístico.

En esta prestación del servicio turístico, no debe existir gran diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del visitante, aspirando siempre a la excelencia de los mismos y de esta manera, lograr la calidad del servicio prestado (Horovitz, 1998). La calidad en los servicios turísticos es uno de los elementos más importantes debido a contribuye a reforzar la actividad turística desarrollada en el destino y se satisfagan las necesidades y motivaciones de los visitantes, las cuales cada vez más vienen orientadas hacia la autenticidad cultural del destino.

Las nuevas motivaciones de los turistas del siglo XXI, apuntan ya no a la demanda de productos o servicios específicos en un destino, sino al conocimiento e implicación de la cultura del mismo con la cual conviven en un determinado tiempo, teniendo así, los prestadores de servicios que forma parte de la comunidad un rol imprescindible (La Organización Mundial del Turismo, 1999).

En este sentido, es importante que la comunidad receptora se

organice para aprovechar y formar parte de la actividad turística que se da en su lugar de origen, para que de esta manera se mantengan y conserven las características culturales y el medio ambiente que los caracteriza, lo cual requiere de la creación y fortalecimiento de una cultura turística idónea para el fomento de la actividad. Así se establece en la exposición de motivos del Decreto con Fuerza de Ley Orgánica de Turismo (2005:6):

El turismo y la recreación para la comunidad tiene como propósito que muchas personas del interior del país que viven de la economía informal en las urbes, se organicen en sus estados de origen, formando parte de dicho sistema en una actividad económica prioritaria; así como también de fomentar el turismo y la recreación para la comunidad, como una manera de incrementar la cultura turística y defender los derechos culturales y el ambiente.

Esta cultura turística y la defensa de los derechos culturales y del ambiente debe ser aprendida desde la niñez de cada integrante de esa comunidad, donde predomine conocimientos importantes y relevantes sobre la localidad, cultura y atractivos, valores y actitudes para con los turistas con los cuales se interrelacionan, pues la falta de estos conocimientos por parte de la comunidad, ocasionan que no se aprovechen debidamente los atractivos del lugar, generando una identidad falsa y, por ende, una cultura turística errónea (Secretaría de Turismo de México 2006).

La necesidad de que la comunidad receptora conozca al destino y los elementos que la caracterizan se hace cada vez más evidente, en este orden de ideas, es necesario indagar sobre la cultura turística de las comunidades de los destinos turísticos o con potencialidad para desarrollar dicha actividad,

tal es el caso de los empleados de comercios de zona libre de la localidad del Cardón, municipio Carirubana del Estado Falcón.

El municipio Carirubana de la Península de Paraguaná presenta en toda su extensión potencialidades turísticas en las modalidades, Sol y Playa y culturales, contando con un total de catorce (14) atractivos culturales, y cinco (5) de tipo natural (Tabla. Nro. 1), así como los servicios de hospedaje contando con cuarenta y dos (42) establecimientos de este tipo (Tabla. Nro. 2), noventa (90) establecimientos de alimentación (Tabla. Nro. 3), doce (12) de recreación (Tabla Nro. 4), once (11) locales destinados a la venta de artesanías, cinco (5) agencias de viajes y tres (3) unidades de transporte turístico distribuidos por todo el municipio además de ocho (8) establecimientos de servicios complementarios a la actividad turística; contando de esta manera con un total de ciento setenta y un (171) establecimientos prestadores de servicios turísticos con un número total de 1701 empleados fijos y 570 empleados contratados en todo el municipio, reflejando de esta manera la creciente actividad turística con la que cuenta el municipio en cuestión (Datos suministrados por la Corporación Falconiana de Turismo CORFALTUR 2008).

**TABLA Nro. 1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO  
CARIRUBANA ESTADO FALCÓN.**

CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	NOMBRE	UBICACIÓN
Naturales	Costa	Playa	Balneario Figueroa	Las Piedras
			Playa La Barra	Punta Cardón
			Playa Manaure	El Cardón
			Playa Miramar	El Cardón
	Montaña		Cerro Santa Ana	Santa Ana
Museos y Manifestaciones Culturales	Obras de Arte y Técnicas	Obra de Ingeniería	Catedral Nuestra Sra. de La Coromoto	Punto Fijo
			Iglesia San Nicolás de Bari	Punto Fijo
			Iglesia Sagrado Corazón de Jesús	Punto Fijo
			Iglesia Inmaculado Corazón de María	Punto Fijo
			Iglesia Padre Nuestro	Punto Fijo
			Iglesia Nuestra Señora de Fátima	Punto Fijo
			Iglesia Nuestra Señora de Belén	Punto Fijo
			Iglesia Santo Cristo	Punto Fijo
			Iglesia Don Bosco	Punto Fijo
			Iglesia Nuestra Señora de Guadalupe	El Cardón
			Iglesia Nuestra Señora de la Candelaria	Punta Cardón
			Iglesia Nuestra Señora del Valle	Punto Fijo
	Museo			Museo Indígena de Paraguaná de Ciencias Naturales
Museo de Antigüedades				Punto Fijo

Fuente: elaborado con información obtenida en la Corporación de Turismo del estado Falcón

CORFALTUR. Marzo 2008

Observándose en esta tabla los 19 atractivos turísticos con los que cuenta el municipio Carirubana, en la cual cinco (5) son atractivos naturales comprendidos entre playas y cerros y catorce (14) culturales divididos entre iglesias y museos.

**TABLA Nro. 2. ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DEL MUNICIPIO CARIRUBANA DEL ESTADO FALCÓN**

<b>Tipo de establecimiento</b>	<b>Nro.</b>
Hoteles	26
Posadas	2
Pensión	1
Hotel residencia	4
Motel	9

Fuente: elaborado con información obtenida en la Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR. Gerencia Técnica de Servicios Turísticos

Continuando con las potencialidades que presenta el municipio en cuestión se observan en esta tabla los 42 establecimientos de hospedaje que contiene el mismo, siendo los establecimientos tipo hotel los más frecuentes en este municipio.

**TABLA Nro. 3. ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL MUNICIPIO CARIRUBANA DEL ESTADO FALCÓN**

<b>Tipo de establecimiento</b>	<b>Nro.</b>
Restaurant	45
Panadería	14
Bodegón	10
Heladería	3
Bar restaurant	7
Dulcería	2
Pizzería	2
Cafetería	6
Comida Rápida	1

Fuente: elaborado con información obtenida de CORFALTUR

Los establecimientos de alimentos y bebidas se encuentran representados por un número total de noventa (90) establecimientos encabezados por el establecimiento tipo restaurant, seguidos de las panaderías y los bodegones y la recreación, como se observa en la tabla inferior, se encuentra representada por los centros comerciales seguidos de los diferentes clubs y discoteques que se encuentran en el centro de la ciudad de Punto Fijo.

**TABLA Nro. 4. ESTABLECIMIENTOS DE RECREACIÓN DEL MUNICIPIO  
CARIRUBANA DEL ESTADO FALCÓN**

<b>Tipo de establecimiento</b>	<b>Nro.</b>
Centro Comercial	4
Clubes	3
Discosteques	3
Salas de Juegos	1
Parque Temático	1

Fuente: elaborado con información obtenida de CORFALTUR.

Sumándole a todas estas potencialidades turísticas que presenta el municipio, el gran desarrollo con respecto al turismo y el comercio que ha tenido el mismo, ambas estrechamente relacionadas y consecuente una de la otra, este hecho a sido influenciado directamente con la puesta en vigencia según Gaceta Oficial de la República de Venezuela y bajo el Decreto N° 36.517, el 14 de agosto de 1998 de la Ley de Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná, como régimen territorial de carácter fiscal para la prestación de servicios en la actividad turística y comercial conexas al turismo en los municipios Carirubana, Los Taques y Falcón, lo que ha permitido el inicio al desarrollo turístico del Estado Falcón, y particularmente de esta localidad (Corporación para la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA, entrevista personal, Junio 20 de 2007).

En efecto, dicho destino se caracteriza por ser las compras de artículos de zona libre, la principal motivación de los turistas nacionales, como la compra de artículos de electrodomésticos, computación, calzado entre otros, (Tabla Nro. 5), siendo de esta manera, el turismo de compra la actividad que

mayor produce ingresos para la localidad.

**TABLA Nro. 5. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE IMPORTACIONES  
POR RUBROS AÑOS 2005 Y 2006 (MILLONES DE BOLÍVARES)**

<b>RUBROS</b>	<b>2005</b>	<b>Porcentaje %</b>	<b>2006</b>	<b>Porcentaje %</b>
Electrodomésticos enseres y muebles	532.971	58.9	907.632	76.9
Computación, comunicación y fotografía	175.966	19.5	81.439	6.9
Textiles, calzado y tabartería	83.014	9,2	61.374	5,2
Juguetes y artículos deportivos.	28.497	3,2	15.343	1,3
Accesorios para vehículos, motores y maquinas	19.807	2,2	15.262	1,3
Alimentos, bebidas, licores y tabaco	45.133	5,0	80.259	6,8
Bisutería y Joyería	1.232	0,1	11.803	1,0
Perfumes y cosméticos	1.215	0,1	3.540	0,3
Otros	16.371	1,8	3.624	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>904.206</b>	<b>100</b>	<b>1.180.276</b>	<b>100</b>

Fuente: Aduana Principal Las Piedras. CORPOTULIPA .marzo 2007

Atendiendo a la gran demanda de estos artículos que se muestran en el cuadro anterior encabezado por los artículos electrodomésticos, se observa la proliferación de manera acelerada de comercios de zona libre en esta localidad en estos últimos tres años, (Tabla Nro. 6).

**TABLA Nro. 6. PROYECCIÓN EMPRESAS COMERCIALES  
AUTORIZADAS PARA OPERAR BAJO RÉGIMEN DE ZONA LIBRE DE  
PARAGUANÁ.**

Años	Número de empresas
2000	296
2001	625
2002	793
2003	844
2004	935
2005	1073
2006	1234
2007	1370
2008	1740
2009	2001
2010	2221

Fuente: CORPOTULIPA. marzo 2006

De acuerdo a estas cifras y su proyección al año 2010, se observa el aumento significativo y constante de empresas comerciales autorizadas para operar bajo el régimen de zona libre en la Península de Paraguaná a partir del año 2000, evidenciando un crecimiento de un total de 296 empresas para este año a un total de 1370 empresas para el 2007, lo que ha favorecido a la generación de empleos para la población activa (Tabla Nro. 7).

**TABLA Nro. 7. GENERACIÓN DE EMPLEOS EN EMPRESAS OPERADORAS DE ZONA LIBRE PENÍNSULA DE PARAGUANÁ**

<i>AÑOS</i>	<i>EMPLEOS DIRECTOS</i>	<i>CRECIMIENTO(%)</i>
2000	2072	---
2001	4375	111.0
2002	5551	26.9
2003	5908	6.4
2004	6545	10.8
2005	7511	14.8
2006	8638	15.0
2007	9652	12.0
2008	12226	26.6

Fuente: Encuesta Comercial. CORPOTULIPA. Julio 2007.

Este crecimiento de cifras en cuanto a creación de empresas de zona libre y la generación de empleos, evidencian el acelerado y continuo crecimiento que ha tenido la actividad turística desde el 2001 hasta el presente año, fomentado principalmente por la Ley de Zona Libre.

Todo ello da como resultado la necesidad tanto para los inversionistas de este tipo de comercios, como para el destino y su comunidad, la capacitación y formación de una cultura turística con conocimientos, valores y actitudes vinculados con el acontecer turístico de la zona, en los empleados y trabajadores de este tipo de comercio, pues son ellos quienes tienen el contacto directo y constante con los turistas, para de esta manera brindar un mejor servicio a los mismos, fomentar la actividad y emprender una actividad turística que los beneficie a todos e igualmente contribuir a consolidar el destino. Al respecto Malaver indica (2005:5) "... En la prestación del servicio el consumidor tiene contacto directo con la empresa a través del contacto

con el empleado que produce el servicio. El cliente tiene una percepción directa de lo que hace la empresa, cuando recibe el servicio”

La ausencia de conocimiento de los empleados y trabajadores de los comercios de zona libre, acerca de su comunidad y la falta de valores y actitudes presentes en los mismos, evidenciaría la disminución de los turistas y locales que visitan ese tipo de comercio y en consecuencia la disminución de los flujos turísticos que percibe la localidad, cuyas motivaciones principales son representadas por las compras, sol y playa, además de que no estimula al conocimiento de otros atractivos turísticos culturales y naturales presentes en el destino, reduciendo así, la posibilidad de conformarse en un destino turístico nacional tal y como lo establece el Plan Nacional de Turismo (Ministerio de Turismo, 2005).

Los entes rectores del turismo de esta localidad, son: La Corporación de Turismo del Estado Falcón y La Alcaldía del Municipio Carirubana, quienes tienen la función de capacitar, preparar y sensibilizar a la comunidad receptora para el fomento de una cultura turística que permita un mejor funcionamiento y aprovechamiento de la actividad turística (Corporación de Turismo del estado Falcón, 2008)

Ante este crecimiento de la actividad turística en la ciudad de Punto Fijo del municipio Carirubana del estado Falcón, surge la inquietud de indagar y realizar un diagnóstico sobre la Cultura Turística de los empleados de comercios de zona libre de la localidad del Cardón, municipio Carirubana del estado Falcón. Investigación que se orientará, de acuerdo a la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los elementos que caracterizan la cultura turística de los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón, municipio Carirubana del estado Falcón? Problema que se sistematiza a

través de las siguientes interrogantes:

¿Cuál es el nivel de conocimiento que tienen los empleados de los comercios de zona libre sobre la actividad turística que se desarrolla en el municipio carirubana del estado Falcón?

¿Cuáles son los valores de servicio al público presentes en los empleados de comercios de zona libre, durante el encuentro con el turista en la localidad El Cardón del municipio Carirubana del estado Falcón?

¿Cuáles son las costumbres tradicionales que conocen y difunden los empleados de los comercios de zona libre, durante el encuentro con el turista en la localidad El Cardón del municipio Carirubana del estado Falcón?

¿Cuáles son las actitudes de los empleados de los comercios de zona libre, durante el encuentro con el turista en la localidad El Cardón del municipio Carirubana del estado Falcón?

¿Cuál es la actuación de la Alcaldía del municipio Carirubana, La Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA y la Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR en la planificación, ejecución y control de programas y proyectos de formación de una cultura turística en las poblaciones del municipio Carirubana del estado Falcón?

¿Cuál es la percepción de los turistas acerca de los valores actitudes y costumbres percibidos, en los empleados de los comercios de zona libre ubicados en la localidad El Cardón, municipio Carirubana del estado Falcón?

## **1.2- Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Describir la cultura turística de los empleados de comercios de zona libre ubicados en la localidad El Cardón, municipio Carirubana del estado Falcón.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

1. Conocer las características sociodemográficas de los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón, municipio Carirubana del estado Falcón.
2. Identificar el nivel de conocimiento de los empleados de los comercios de zona libre sobre la actividad turística que se desarrolla en la localidad El Cardón del municipio Carirubana.
3. Detectar las costumbres tradicionales que conocen y difunden los empleados de los comercios de zona libre, durante el encuentro con el turista en la localidad El Cardón del municipio Carirubana.
4. Identificar sobre los valores de servicio al público presentes en los empleados de comercios de zona libre, durante el encuentro con el turista en la localidad El Cardón del municipio Carirubana.
5. Señalar las actitudes de los empleados de los comercios de zona libre, durante el encuentro con el turista en la localidad El Cardón del municipio Carirubana.

6. Determinar la percepción de los turistas sobre los valores, actitudes y costumbres percibidos, en los empleados de los comercios de zona libre de la localidad El Cardón del municipio Carirubana
7. Describir la actuación de la Alcaldía del Municipio Carirubana, la Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR, y La Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA en la planificación, ejecución y control de programas, talleres y cursos de formación de una cultura turística en las poblaciones del municipio Carirubana del estado Falcón.

### **1.3. Justificación**

La actividad turística se caracteriza por ser una actividad generadora de empleos e ingresos económicos para elevar la calidad de vida de la comunidad receptora, es por ello que es necesario que estos posean una debida cultura turística orientada al conocimiento y valoración de la actividad, en busca de la satisfacción del turista y en la obtención del mayor beneficio para los mismos, fomentando así un mejor desarrollo de la actividad en esta localidad.

En este sentido esta investigación resulta de gran relevancia social para las comunidades receptoras, especialmente aquellos empleados en comercios de zona libre, pues los resultados obtenidos darán a conocer la existencia o no de una cultura turística, la cual de existir les permita brindar a los clientes (locales y turistas) un servicio con calidad, satisfaciendo así sus principales motivaciones, trayendo como consecuencia la demanda cada vez mayor del servicio, y además del desarrollo de la actividad turística, la

obtención de mayores beneficios económicos maximizando así, una mejor calidad de vida entre las comunidades y en función de está, unificar esfuerzos entre los inversionistas de los locales comerciales de zona libre, los empleados de mismos, la comunidad local y los entes rectores encargados de la actividad turística y comercial.

Igualmente esta investigación contribuirá a la comprensión y conocimiento de la interpretación de los individuos pertenecientes a la población de El Cardón en la prestación de servicios turísticos en su visión y particularidad de entender y manifestar dicho conocimiento.

También permitirá ampliar el conocimiento sobre la realidad existente en cuanto a la cultura turística de la población con respecto al conocimiento, valores y actitudes que tienen las poblaciones de Punto Fijo con respecto a la actividad turística que allí se realiza, a los entes rectores competentes como la Alcaldía del Municipio Carirubana, La Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR, y La Corporación para la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA para que se implementen programas de acción para atender y dar fuerza a los posibles puntos débiles que se presenten en la localidad.

Esta investigación proporcionará un aporte a la línea de investigación “Impacto Socio-Cultural del Turismo” enmarcado en el objetivo de “Generar insumos descriptivos y teóricos en torno a los procesos de cambio socioculturales productos de la actividad turística en las comunidades receptoras del turismo” propuesto por el Centro de Investigaciones Turísticas (CITUR) de la Escuela de Hotelería y Turismo del Núcleo de Nueva Esparta.

*Solo investigando se aprende investigando.*

*Carlos Sabino.*

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**



## **2.1 Antecedentes de la investigación**

Hasta donde se tiene conocimiento gracias a la revisión bibliográfica realizada, no existe una investigación publicada sobre la Cultura Turística de los empleados de comercios de zona libre en la localidad del Cardón del municipio Carirubana estado Falcón; no obstante, existen investigaciones publicadas relacionadas con el tema de estudio que sirven de base, entre estas se harán mención a las investigaciones académicas en los ámbitos nacional y local, y a las investigaciones operativas a nivel internacional y local

En investigaciones académicas en el ámbito nacional se encontró la siguiente:

García (2005) desarrolló una investigación perceptual del conocimiento donde se aplicó un diseño descriptivo multivariado de totalidad que tuvo como propósito diagnosticar la Cultura Turística en los comerciantes de artículos religiosos, ubicados en las áreas exteriores de la Basílica Menor Nuestra Señora del Valle, en la población: El Valle del Espíritu Santo, municipio García, estado Nueva Esparta. El estudio fue realizado en una muestra de 25 comerciantes de artículos religiosos y 96 usuarios, lo que permitió concluir que los comerciantes de artículos religiosos poseen una cultura turística espontánea producto del aprendizaje del día a día del comerciante, sin estar totalmente en conocimiento del turismo en su dimensión socioeconómica y ambiental.

A nivel local se encontraron las siguientes investigaciones:

González (2001) desarrolló una investigación cuasi experimental que tuvo como propósito fomentar el turismo y la creación en niños de edad pre-

escolar del municipio Carirubana. El estudio fue realizado en una muestra de 35 participantes cursantes del 3er nivel de educación pre-escolar del Jardín de Infancia Comunidad Cardón y permitió concluir que es necesario inculcarle al niño el afianzamiento de la identidad regional planteándose la inclusión de un programa de actividades turísticas y recreativas, el cual le permitirá conocer su entorno, que valore las riquezas naturales culturales y las raíces históricas en una región para que en mediano plazo estos individuos sean participe del desarrollo turístico de la Península de Paraguaná y por ende del fomento de la misma.

Lugo (2003) desarrolló una investigación proyectiva que tuvo como propósito diseñar y aplicar un programa de actividades turísticas típicas de la Península de Paraguaná para jóvenes con necesidades educativas especiales en la Asociación Falconiana de padres y amigos de niños excepcionales AFALPANE. El estudio fue realizado en una muestra de 15 alumnos pertenecientes de la matrícula activa del IEE AFALPANE de ambos sexos con edades comprendidas entre los 13 y 18 años de edad y permitió concluir que es de especial provecho para los jóvenes participantes debido a que proporciona la oportunidad de un crecimiento intelectual y personal que trascienda al nivel integral.

Larez (2004) realizó una investigación de modelo que tuvo como objetivo proponer un museo histórico-cultural para incentivar la actividad turística en el municipio de Carirubana de la Península de Paraguaná. El estudio fue realizado con una muestra de 162 personas que prestan sus servicios en el municipio Carirubana- Los Taques además de 20 personas que laboran en el zoológico Gustavo Rivera ubicado en el campo Maraven y permitió concluir que era necesario de la creación de un museo histórico-cultural a fin de consolidar una conciencia ciudadana hacia la preservación

guardia y custodia de los valores históricos culturales del municipio Carirubana de la Península de Paraguaná.

Por otra parte existen algunas investigaciones operativas relacionadas al tema. En el ámbito internacional se encuentran:

Secretaría de Turismo de México SECTUR (2004) el objetivo de este estudio fue de obtener datos de la población de Baja de California que les permitiera identificar las percepciones de los habitantes sobre la importancia de la actividad turística en la entidad, así como evaluar el conocimiento que tiene la población acerca del estado (fauna, flora, gastronomía, costumbres, tradiciones y generalidades) y los programas, servicios y campañas que implementan la Secretaría de Turismo de México.

En el ámbito local se encuentran las siguientes:

Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná CORPOTULIPA (2004) realizó un programa que tuvo como objetivo sensibilizar sobre valores coadyuvantes a un Cultura Turística. El programa fue realizado a 4914 alumnos de la 2da etapa de educación básica del Distrito Escolar Nro. 8 de ambos sexos y en edades comprendidos entre 7 y 17 años respectivamente.

Alcaldía del municipio Carirubana (2006) el objetivo de este proyecto fue el de contribuir a valorizar el patrimonio histórico-cultural y natural del municipio Carirubana además de fortalecer a las escuelas como entes sensibilizador turístico.

Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR (2007) realizo un proyecto que tuvo como propósito actualizar a través de programas de capacitación, a los autores involucrados en el desarrollo de las actividades turísticas y servir de complemento multiplicador a la consolidación y masificación de la cultura turística del falconiano, con el fin de fortalecer el talento humano para el desarrollo sustentable del turismo.

Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR (2007) desarrollo un proyecto que tuvo como objetivo consolidar la cultura turística de la comunidad falconiana a través de programas de sensibilización y capacitación, con el fin de difundir los valores turísticos, hacia la masificación del turismo sustentable.

Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR (2007) realizo un proyecto cuyo objetivo fue incentivar el turismo interno en el falconiano, a través de un premio estímulo, implementando actividades de animación y recreación fomentando la cultura turística en pro a la consolidación del producto turístico del estado falcón.

En las presentes investigaciones realizadas, de carácter tanto académico como operativo presentadas en sus distintos ámbitos internacional, nacional y local, se evidencia la estrecha relación con el tema en cuestión sobre la Cultura turística del municipio Carirubana del estado Falcón, en cuanto a estudios realizados con el objetivo de diagnosticar y fomentar una cultura turística idónea para el buen funcionamiento de la actividad turística en cualquier destino.

## 2.2 Bases teóricas

Con la revisión realizada en diversas fuentes documentales y bibliográficas, se presenta a continuación las bases teóricas relacionadas al tema de estudio, en cuanto a la cultura y al turismo, para que por ultimo ambos se relacionen y permitan definir lo que es la cultura turística.

### **Cultura.**

Considerando a la cultura como aquello que forma parte de un todo, Herskovits (1974:677) señala: "...es esencialmente una construcción que describe el cuerpo total de creencias, comportamientos o conductas, saber, sanciones, valores y objetivos que señalan el modo de vida de un pueblo".

Este mismo autor, señala que la cultura se caracteriza de la siguiente manera:

- 1- Se aprende: porque es un proceso de aprendizaje constante, donde el individuo adquiere creencias y actitudes que definen su modo de vida
- 2- Deriva de los componentes biológicos ambientales, psicológicos e históricos de la existencia humana: se refiere a que los fundamentos culturales del hombre, estarán condicionados por la conformación fisiológica y anatómica del individuo, por el entorno donde este se desenvuelve, las costumbres que lo identifican y lo diferencia de los demás, y por la evolución tecnológica que ha experimentado a través del tiempo.

- 3- Está estructurada: a medida que el hombre experimenta vivencias, va de una etapa de cultura a la próxima, asumiendo costumbres inconscientemente durante su existencia.
- 4- Se divide en aspectos:
  - Cultura material y sus sanciones: tecnología y economía.
  - Instituciones sociales: organización social, educación, y las estructuras políticas.
  - El hombre y el universo: sistemas de creencias, y el control del poder.
  - Estética: artes graficas y plásticas, folklore, música, drama y danzas.
  - Lenguaje.
- 5- Es dinámica: significa que la cultura va evolucionando, a través del tiempo. Mediante las experiencias de la humanidad, se van produciendo cambios positivos y negativos que determinan el modo de vida del hombre.
- 6- Es variable: se manifiesta de diferentes maneras, debido a su condición de dinamismo.
- 7- La cultura presenta regularidades que permiten su análisis por los métodos de la ciencia: referido a que la cultura puede estudiarse

bajo dos contextos el histórico y el científico, pudiéndose las dos ramas estudiarse en conjunto, en donde los métodos científicos toman como base los hechos históricos únicos que tiene la cultura, abordando de esta manera el método científico a la cultura.

- 8- La cultura es el instrumento por medio del cual el individuo se adapta a su situación total y además lo provee de medios de expresión creadora.

### **Turismo.**

Tomando en consideración la cultura como aquellas costumbres y tradiciones que identifican a un pueblo se definirá el término turismo, cuya actividad se practica en un destino donde sus costumbres, tradiciones y características particulares lo identifican de cualquier otro destino donde se dé el hecho turístico.

Hecho social realizado por el hombre para satisfacer sus necesidades de esparcimiento y recreación mediante el desplazamiento fuera de su lugar de origen. Estas afirmaciones las sustentan Mathieson y Wall (1990: 56) cuando señalan que es "... una actividad netamente humana que envuelve el desplazamiento temporal y voluntario de individuos de una u otra región, país o continente, donde existe una previa motivación por parte de éste..."

Igualmente, La Organización Mundial de Turismo (1998: s/n) establece que son "... actividades de personas viajando y permaneciendo en lugares fuera de su medio ambiente habitual por no mas de un año consecutivo por ocio, negocios y otros propósitos..."

Estos desplazamientos dan origen a lo que se conoce como encuentro turístico, que según el autor De Kadt (1979):

...este encuentro se lleva a cabo cuando el turista satisface sus necesidades mediante los bienes y servicios que presta la comunidad receptora; al igual que cuando se interrelacionan, comunican o interactúan entre sí con el fin de aclarar ideas e intercambiar alguna información que necesite el turista; también existe un encuentro cuando no interactúan o se comunican pero se encuentran ubicados en el mismo espacio físico. (pág. 98)

Este encuentro turístico se caracteriza por ser de naturaleza transitoria en relación al tiempo y al espacio, debido a que el nivel de ocurrencia no es constante; y por carecer de espontaneidad, esto por ser dicho encuentro planificado (Santana, 1997:663).

En este orden de ideas, la comunidad receptora debe poseer un conocimiento básico sobre la actividad turística que se desarrolla en su lugar de origen para satisfacer de una mejor manera a los turistas con el cual se encuentra en ese mismo entorno y alcanzar la excelencia como destino turístico. Así como lo afirma Di Bella (1995)

... es necesario la profesionalización de los recursos humanos que intervienen en el desarrollo y en la operación del turismo... a fin de lograr los cambios de conducta en las personas (...) tomar conciencia y darse cuenta de los beneficios que produce el desplazamiento

de personas con fines recreativos, así como también los impactos negativos que ocasionalmente produce, formar parte del entendimiento de este fenómeno social y por tanto de una cultura turística (pág. 215).

De esta manera la comunidad receptora así como los que se encuentran relacionados a la practica de esta actividad, deben formarse académicamente o como mínimo por el acontecer diario sobre la misma y todo lo que ella trae inmerso, pues es indudable los beneficios económicos, culturales y sociales que esta representa principalmente para la comunidad del destino.

Por otra parte, ese espacio el cual Santana (1997) hace referencia, se denomina municipios turísticos, representados estos, por la organización y administración de pequeños espacios de territorio, donde se da el hecho turístico, tal como lo afirma Boullón (1990:33) "... los municipios turísticos toman ese nombre por contener actividades..."

El mismo autor establece la clasificación de estos municipios catalogados turísticos según las variables que presentan en cuanto a la demanda, el funcionamiento y la oferta.

- A partir de la demanda: el cual implica un análisis del mercado con base a variables como: el numero y estadía de los visitantes, la estacionalidad de la demanda y la duración de la temporada, el numero de habitaciones de uso turístico, el gasto diario y el origen de los visitantes.

- En relación con el funcionamiento: en el cual según la localización geográfica, los atractivos base que se encuentran en el territorio y el tiempo de permanencia de la demanda, los municipios turísticos adoptan cuatro formas distintas de funcionamiento comportándose como centros de distribución, de estadía, escala, excursión y recreativo.
- En relación con la oferta: es en los centros de estadía y distribución, donde se mide mejor la oferta pues, se mide el tamaño, la diversidad y la jerarquía de los elementos que componen la planta turística, porque en ellos las permanencias son mayores que en los centros de escala, excursión y recreación. Con relación a esto, para dicha clasificación se mide la planta turística integrada por el equipamiento entre los que se encuentran: alojamiento, alimentación, esparcimiento, y otros servicios; y las diferentes categorías de las instalaciones como: las de agua y playa, de montaña y generales.

Cada uno de los cuatro tipos de centros turísticos pueden presentarse de forma excluyente, pero también es posible que un mismo centro desempeñe más de una función a la vez.

La mejor calidad de vida de la población local, producto de la entrada de dinero por concepto del gasto turístico y de la generación de empleos directos e indirectos aportados todos por la práctica de la actividad turística desarrollada en el municipio de estos, refleja la importancia de la existencia de municipios turísticos en los estados, al tal como lo afirma Boullón (1990)

... son centros productivos en los cuales no es la industria, ni el movimiento que genera la comercialización de las materias primas, ni la realización de trámites burocráticos, ni la concentración de servicios para la salud o educación, lo que determina la existencia. Si existen es porque el dinero que gastan en ellos las personas que los visitan, generan empleos y riquezas suficientes para mantener a la población que allí habita, y gracias a ello se produce una redistribución del ingreso nacional por el gasto de turismo nacional y un ingreso de divisas para el país, por el correspondiente al turismo receptivo... (pág. 51).

Dentro de las funciones que estos municipios turísticos deben cumplir el citado autor, establece las siguientes áreas de acción, las cuales corresponden a los distintos tipos de problemas que debe afrontar la conducción del sector, entre estas se encuentran: de información, facilitación en cuanto a disposiciones, reglamentos, acuerdos por los organismos públicos, Promoción del destino, fomento de inversiones, capacitación perfeccionando o especializando en el nivel básico, medio y superior, a los funcionarios, al personal y empresarios que se desempeñan en el sector turístico, asistencia técnica, planificación e investigación, administración de servicios, recreación, y recaudación.

### **Cultura turística.**

Una vez expuesto los términos de cultura y turismo, se puede analizar la cultura turística como aquella cultura íntegra de la sociedad en donde existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad

turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras.

Al respecto La Secretaria de Turismo de México (2004: s/n) señala que la cultura turística “Es una serie de conocimientos y valores que mediante su práctica con nuestras actitudes y costumbres se favorece el fomento y el desarrollo de la actividad turística”.

Este organismo considera los elementos de la cultura turística a los siguientes:

- 1- Conocimientos: referido a las experiencias asimiladas que constituyen la preparación de quienes participan en el turismo (comunidad receptora o anfitriones) para brindar servicios con calidad, y estos pueden ser: histórico y geográfico sobre los recursos culturales, factores y repercusiones del turismo, característica de la localidad en la cual viven, técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos, entre otros.
- 2- Valores: aquellos elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivará a brindar servicios con calidez, compromiso, constancia, disciplina, honradez, moralidad, orgullo, respeto, responsabilidad y vocación de servicio.
- 3- Actitudes: Como resultado de la asimilación personal y colectiva de conocimientos y valores, existirán ciertas actitudes que le dan practica a la cultura turística como la amabilidad, cortesía, eficiencia, disposición y profesionalismo.

- 4- Costumbres: referido a la totalidad de las pautas de comportamientos socialmente adquiridas, apoyadas por la tradición y generalmente exhibidas por miembros de la sociedad, es decir, formas de comportarse (que incluyen lo ideológico, mitos, conductas, y cosas materiales) aprendidas socialmente, y que son dichos, actuados o mostrados públicamente en la vida cotidiana de la gente.

El estudio del conjunto de todos estos elementos de manera formal e informal es idóneo para la participación activa de la comunidad en esta actividad. En este sentido, la OMT (1999) en su Agenda para Planificadores Locales de Turismo Sostenible y Gestión Municipal, señala:

La activación de los recursos humanos es esencial para procurar una actividad turística social y económicamente integrada en la comunidad. A las acciones de formación profesional se han de unir estrategias de implantación de una conciencia turística en la sociedad local, siempre compatible e inteligible desde los valores del substrato cultural propio (pág. 27).

La Cultura Turística según la Secretaria de México (SECTUR 2004), debe presentarse como una necesidad, orientada hacia:

- Las comunidades (incluyendo a niños y jóvenes) participen en un proceso de aprendizaje que les permita estar mejor preparadas para comprender, implicarse y participar exitosamente en la actividad turística.

- Los prestadores de servicios turísticos se interesen por la capacitación y la certificación de sus competencias para operar y prestar servicios turísticos de calidad.
- Los empresarios (incluyendo los micro, pequeños y medianos) establezcan procesos y sistemas de calidad (por ejemplo, en manejo higiénico de los alimentos) que garanticen la seguridad y competitividad de sus servicios.

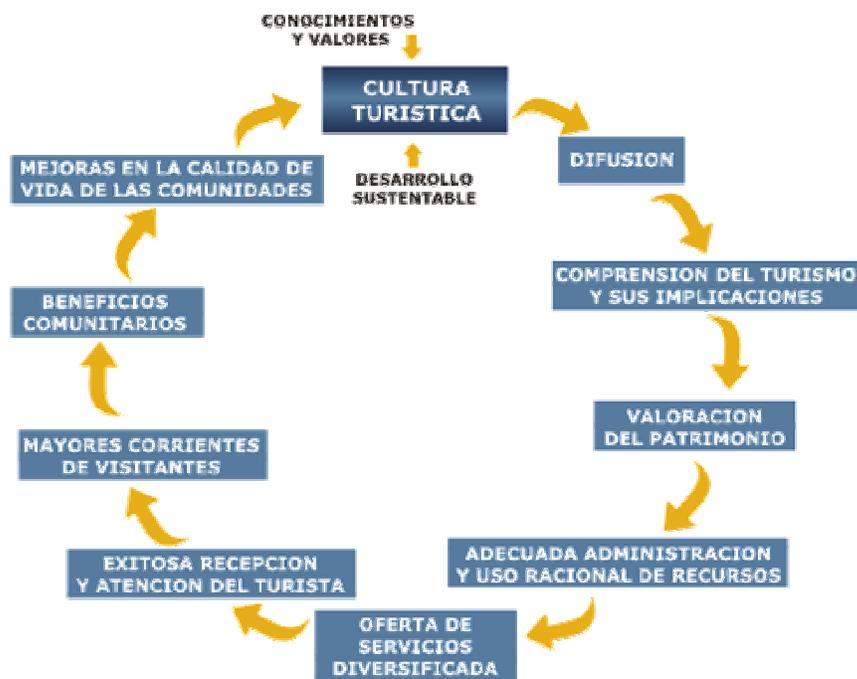
De esta manera, el equipo humano representado tanto por la comunidad, como por los prestadores de servicios y empresarios en el área turística, se encontrarán mejor preparados para atender y brindar un buen servicio dentro del destino a turistas cada vez más exigentes.

De esta forma la Cultura Turística representa una espiral creciente que gira en torno al desarrollo sustentable:

- A partir de la difusión de conocimientos y valores, se generan actitudes que se manifiestan en una mejor comprensión del turismo y sus implicaciones, y a la valoración y adecuada administración del patrimonio turístico.
- Esto trae consigo la integración de una oferta de servicios diversificada, adaptable al medio y a la identidad de los anfitriones, que permitirá atender con más eficiencia al turista, lo cual puede propiciar mayores corrientes de visitantes.
- Los beneficios de diversa índole generados por este proceso favorecerán la consolidación de productos y destinos turísticos, y

por ende la sustentabilidad para las comunidades. Secretaria de Turismo de México (2004: s/n) Figura Nro. 1

**FIGURA Nro. 1 ALCANCES O EFECTOS DE LA CULTURA TURÍSTICA.**



Fuente: Secretaria de Turismo de México, (2004). *Alcances o efectos de la Cultura Turística*

Se observa a través de esta figura a la cultura turística enmarcada dentro del desarrollo sustentable, la cual contribuye con una idónea comprensión del turismo, una mejor valoración del patrimonio, una adecuada administración y uso racional de los recursos, una oferta de servicio diversificada, una exitosa recepción del turista, un mayor número de corrientes de visitantes, y mejores beneficios comunitarios, lo que se traduce en una mejor calidad de vida de las comunidades en donde se da el hecho

turístico.

Para llegar al alcance de estas contribuciones que aporta la cultura turística y para lograr que la comunidad receptora adopte estos conocimientos valores y actitudes ante esta actividad turística desarrollada en su región se necesita de la relación y participación activa tanto de la familia como los entes gubernamentales competentes, pues los padres son los que tienen la responsabilidad natural de educar a sus hijos, porque operan espontáneamente sobre ellos y pueden influir sobre los conocimientos, afectos y tendencias, por lo que deben inducir a conocer primero su tierra (el lugar donde viven) y los organismos gubernamentales nacional, estatal, municipal y local, debido a que es un organismo integrado a la comunidad, además de estos actores, se necesita de la participación del sector privado e instituciones educativas para que se constituyan todos los actores de manera integrada en promotores de la cultura turística Secretaria de Turismo de México (2004: s/n).

La Calidad en los servicios turísticos del destino, por parte de los prestadores de servicios, es un factor determinante para la elección del mismo, haciendo que el destino sea cada vez más competitivo con respecto a otros cuyos servicios no son ofrecidos con calidad, este factor es uno de los resultados favorables que aporta al destino, el fomento de una cultura turística en prestadores de servicios turísticos y en las comunidades en general.

La calidad es la perfección al realizar las labores que cada persona tiene como responsabilidad, como lo establece Horovitz (1998:1) "... la calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave, representa al mismo tiempo, la medida en que

se logra dicha calidad”

El servicio es la utilidad que presta la labor de una persona a otra como lo afirma el citado autor señalando “...El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo...”

El servicio es inmaterial en el cual las personas lo compran lo consumen y luego de consumirlo es que estos dan su veredicto si sus necesidades fueron satisfecha y si sus expectativas fueron cumplidas. Al respecto citado autor señala “... los servicios son poco o nada materiales, solo existen como experiencias vividas. En la mayoría de los casos, el cliente de un servicio no puede expresar su grado de satisfacción hasta que lo consume” (Horovitz, 1998).

Ahora bien, la Calidad se ha convertido en un factor determinante con el que debe comprometerse prácticamente cualquier actividad sobre todo la de servicios, que busque incidir de forma significativa en el mercado y abastecer satisfactoriamente las expectativas de los consumidores. Al respecto Malaver (2005:5) señala: “... la calidad de servicios es sinónimo de calidad de vida, y por ello se exige que tanto instituciones públicas como empresas privadas presten servicios de calidad”

La calidad en el servicio por parte de las empresas prestadoras de servicios turísticos en el destino es fundamental y de vital importancia, pues, la existencia dará como resultado para las empresas ser líder entre sus principales competidores y para el destino reputación e imagen, idónea para captar un mayor número de plazas de mercado a nivel nacional e internacional. Esto atendiendo a las exigencias de los turistas en cuanto a la

prestación del servicio las cuales son cada vez mayores, buscando calidad principalmente, para que de esta manera sus expectativas sean cumplidas satisfactoriamente. Tal afirmación la sustenta (Horovitz, 1998).

El servicio de los servicios no solo es importante para reforzar los beneficios que el comprador busca en la prestación, sino que se ha convertido también en un arma competitiva básica e indispensable en todos los sectores en los que el servicio no se ha convertido en algo trivial (...) La calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra, la competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad cada vez mayor de servicios, la empresa triunfadora sea aquella que ofrezca el mejor servicio. (pág. 7, 8).

Por su parte, Malaver, (2005) señala:

La gerencia de las empresas de servicios es más compleja en la medida en que el cliente incrementa sus exigencias de calidad y oportunidad, y tiene expectativas de un mayor grado de satisfacción. Esto ha sido comprendido por los gerentes de empresas y entienden que hoy día no se puede competir únicamente con base precio, han entendido que es necesario competir y diferenciarse en el mercado por la calidad de los servicios que se ofrecen. Para las empresas prestar servicios constituye una estrategia competitiva que les asegura una calidad elevada y la

satisfacción de sus clientes, a precios y costos rentables. (pág. 5,6).

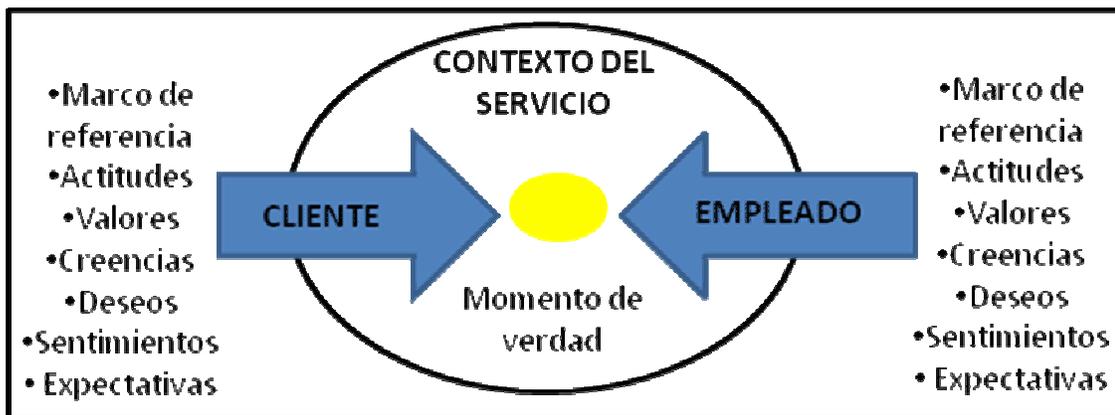
Al respecto La Organización Mundial de Turismo señala: “la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad” (O.M.T, 1998). Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

De esta manera, con la prestación de un servicio con calidad por parte de los empleados de las empresas, se logra además de ser más competitivos como empresa, la productividad, importante cuota de mercado, diferenciación respecto a la competencia, lealtad y captación de nuevos clientes, trayendo esto como consecuencia un aumento significativo en los ingresos por la venta de sus servicios.

Para dicho fin, se debe contar en el destino con una planta productiva altamente competitiva y un capital humano cuyo desempeño observe condiciones de profesionalismo y una absoluta disposición hacia la cultura del servicio y de la atención, estableciendo de esta manera que el sector turístico se beneficie al contar con cuadros mejor preparados que redunden en un mejor servicio para los turistas. (Secretaría de Turismo de México, 2004), pues son los empleados de las empresas turísticas quienes tienen el contacto directo con el cliente de ello deriva la importancia de la preparación y formación formal además de la existencia de valores y actitudes para con los clientes del mismo para brindar un servicio con calidad al cliente.

Así mismo Malaver (2005:7) establece el modelo de la verdad de Karl Albrecht (1992), el cual señala que los encuentros entre clientes y la empresa, se presentan en lo que se denomina contexto del servicio, este se encuentra representado por el ambiente en el que se produce el contacto entre el cliente y el empleado (incluye todos los elementos, físicos y humanos, que se presentan durante el momento de verdad); el cliente y el empleado se aproximan al encuentro desde sus marcos de referencias personales. Cuando los marcos de referencia son diferentes, la percepción del momento de verdad también es diferente y puede cambiar según cambien las percepciones del momento. La congruencia y coincidencia que exista entre el marco de referencia del cliente y del empleado, es un contenido clave para que el momento de verdad se gane sin inconvenientes (Figura Nro. 2).

**FIGURA Nro. 2.CONTEXTO DEL SERVICIO**



Fuente: Karl Albrecht (1992)

Las Empresas ubicadas en el destino requieren un proceso sistemático de muchos enfoques para captar y diseminar continuamente información que los encargados de tomar las decisiones puedan utilizar. Lo que necesitan es un sistema de información sobre la calidad del servicio. Un

solo estudio sobre la calidad del servicio no es suficiente, no es más que una fotografía. Se requiere de un sistema que proporcione una seria continua de fotografías de diversos temas pertinentes tomadas desde distintos ángulos es parte de la plataforma para un servicio extraordinario tomando los nuevos enfoques para investigar la calidad del servicio existentes como: la observación, las encuestas a un grupo particular o al mercado total, los compradores de incognito, reunión de clientes, encuestas a compañeros, entre otros (González: 1990).

Al igual que las demás empresas del sector servicio, en el turismo la calidad esta asociada a la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente. Al respecto Malaver (2005: 26,27) señala:

La gestión de la calidad concluye en dos niveles interdependientes: en el destino en el plano general, donde la prestación del servicio depende de la interrelación de un conjunto de elementos integrados denominado sistema turístico; y en las empresas privadas en el plano inmediato del contacto con el cliente, el cual le corresponde prestar servicios que ofrece, con arreglo a las normas de calidad ambiental, enmarcado en una gestión empresarial orientada por la calidad, a la comunidad local en su conjunto le corresponde desarrollar conductas orientadas al servicio y a la búsqueda permanente de la mejora continua en su desempeño como prestadores de servicios.

En la figura Nro. 3 se puede observar como se vinculan la calidad de los servicios que ofrece la empresa turística, con la calidad de los servicios del destino turístico, donde la empresa turística orientada a la calidad, se manifiesta como una organización en constante interacción con su entorno; y en donde los atractivos turísticos y las facilidades para el turismo, forman parte del producto turístico que se ofrece en el mercado.

**FIGURA Nro. 3. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO.**



Fuente: Malaver (2005)

Esto impone a la gerencia de las empresas turísticas la adopción de una filosofía coherente orientada a satisfacer de manera permanente las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, mejorando continuamente, para beneficio de la empresa, el desarrollo humano de sus miembros, y con impacto positivo en la calidad de vida de la comunidad

receptora (Malaver 2005).

Bajo este marco teórico se enmarca el tema de estudio en relación con la cultura turística de un municipio turístico, destacando el papel predominante que juega la cultura turística, quien implica la calidad turística en los servicios prestados, el desarrollo y bienestar tanto de la comunidad receptora, como visitantes, empresas prestadores de servicios turísticos y al municipio turístico como tal, pues es en donde se da el hecho turístico.

### 2.3 Definición de términos

**Actitud:** tendencia del comportamiento afectivo, regida por el conocimiento que un individuo tiene con respecto a hechos, personas, situaciones o instituciones. (Reza, 2000:76).

**Calidad:** es el cumplimiento o superación de las expectativas de los clientes a un costo que represente valor. (Malaver, 2005:13)

**Calidad de vida:** la calidad de las condiciones de vida de una persona junto a la satisfacción que esta experimenta, y, por ultimo, como la combinación de las condiciones de vida y la satisfacción personal ponderadas por la escala de valores, aspiraciones y expectativas personales (Gómez y Sabeh, 2004)

**Calidez:** es un trato especial hacia alguien con afecto. (Diccionario Larousse ilustrado, 1998: 254).

**Cientela clave:** es aquella que por sus expectativas y sus necesidades, impone a la empresa el nivel del servicio, que debe alcanzar. (Horovitz, 1998:1)

**Competitividad:** Atributos o condiciones que generan ventajas para actuar en los mercados. (Malaver, 2005: 12)

**Comunidad:** es una abstracción conceptual de un conjunto de seres reales que se puede apoyar en algunos aspectos como el comportamiento que refleja una determinada mentalidad, una serie de atributos culturales compartidos que se traducen en aspectos visibles como el lenguaje, vestimenta, culinaria, festividades, tipo de vivienda y estilo de vida y en aspectos ocultos como creencia, la ética y actitudes (Pearce apud Singh, 2003:9)

**Conciencia turística:** conjunto de actitudes orientadas a la conservación de los bienes y servicios turísticos y a establecer contactos favorables con su entorno (turistas, vecinos, compañeros de trabajo) (Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA, s/n)

**Conocimiento:** tener la idea o noción de una persona o cosa (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:263).

**Constancia:** es la firmeza del ánimo de una persona (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:265).

**Costumbres:** conjunto de cualidades, inclinaciones y usos que forman el fondo del carácter de un país o región (Diccionario Larousse Ilustrado, 1998:282).

**Cultura turística:** es una serie de conocimientos y valores que mediante su práctica con nuestras actitudes y costumbres se favorece el

fomento y desarrollo de la actividad turística (Secretaría de Turismo de México, 2004: s/n).

**Disciplina:** conjunto de leyes o reglamentos que rigen ciertos cuerpos. (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:364).

**Eficiencia:** es la relación existente entre el trabajo desarrollado, el tiempo invertido, la inversión realizada en hacer algo y el resultado logrado. (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:378).

**Honradez:** es aquel que procede con rectitud e integridad. (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:550).

**Moralidad:** es la relación o conformidad existente entre la conducta y la moral (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:699).

**Nivel de excelencia:** es cuando un servicio responde a las demandas de un grupo seleccionado. (Horovitz, 1998:2)

**Orgullo:** es la opinión muy buena que tiene uno de sí mismo. (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:745).

**Productividad:** es el valor del producto generado por una unidad de trabajo o capital (Malaver, 2005: 13)

**Profesionalismo:** es la utilización de ciertas disciplinas o artes como medio de lucro. (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:842).

**Respeto:** es una manifestación de cortesía con respecto a la

obediencia y atención que se le da a una persona. (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:897).

**Servicio:** Industrias cuyo producto es intangible. (Karl Albretch / Ron Zemke Legis, 1992: s/n)

**Valores:** Es una cualidad objetiva del ser, inherente a cosas, personas e ideas, por las cuales ellas son apetecibles (Corpotulipa s/n)

**Vocación del servicio:** es la aptitud especial que tiene una persona para una profesión o carrera (Diccionario Larousse ilustrado, 1998:1070).

#### **2.4 Operacionalización de variables.**

Para facilitar la sistematización de la investigación, se operacionalizó las variables de estudio en los términos que se describen a continuación (Tabla Nro. 8):

**TABLA Nro 8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	INDICE
Conocer las características sociodemográficas de los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón, municipio Carirubana del estado Falcón.	Perfil sociodemografico de los empleados de comercios de zona libre	Sociodemografica	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Genero</li> <li>➤ Grupos de edad</li> <li>➤ Estado Civil</li> <li>➤ Lugar de Origen</li> <li>➤ Lugar de residencia</li> <li>➤ Nivel de formación</li> <li>➤ Cargo que desempeña en la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Femenino/masculino</li> <li>• Nro. de años</li> <li>• Soltero/casado/divorciado/viudo/ concubino</li> <li>• Estado, municipio, localidad.</li> <li>• Estado, municipio, localidad.</li> <li>• Básica/Media y divers./ Superior/ninguna de las anteriores</li> <li>• A.Cliente/Cajero/ Recepcionista/ Vigilante/Obrero/ Otro.</li> </ul>

			<p>empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tiempo de antigüedad en la empresa</li> <li>➤ Promedio de ingresos mensuales</li> <li>➤ Promedio de gastos mensuales</li> <li>➤ Carga familiar</li> <li>➤ Cap. Turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nro. de años</li> <li>• Monto Bs</li> <li>• Monto Bs.</li> <li>• Nro. personas a su cargo</li> <li>• Si/No</li> </ul>
--	--	--	---	--

OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	INDICE
Identificar el nivel de conocimiento de los empleados de los comercios de zona libre sobre la actividad turística que se desarrolla en la localidad El Cardón del municipio Carirubana	Conocimiento de los empleados de los comercios de zona libre sobre la actividad turística.	Geográfica.	➤ Atractivos turísticos Naturales.	Nro. de empleados sin conocimiento del aspecto evaluado (0 puntos).
		Cultural	➤ Atractivos turísticos Culturales.	Nro. de empleados con un nivel escaso de conocimiento sobre el tema abordado (de 01 a 03 puntos).
		Turismo: Efecto	➤ Positivos ➤ Negativos	Nro. de empleados con un nivel regular de conocimiento (de 04 a 06 puntos).
		Comercio: Efectos	➤ Positivos ➤ Negativos	Nro. de empleados con sólidos conocimientos sobre el tema (de 07 a 09 puntos).
		Superestructura.	➤ A nivel municipal. ➤ A nivel estatal.	Nro. de empleados con un





OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍNDICE
Determinar la opinión de los turistas sobre los valores, actitudes y costumbres percibidos, en los empleados de los comercios de zona libre de la localidad El Cardón del municipio Carirubana.	Opinión de los turistas sobre los valores, actitudes y costumbres percibidos, en los empleados.	Valores:  Actitudes:    Costumbres:	Valor presente. Valor ausente.  ➤ Actitud presente.  ➤ Actitud ausente.  ➤ Demuestra ➤ No demuestra	<b>Afirmaciones positivas</b> (5) Muy de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni en acuerdo ni en desacuerdo (2) En Desacuerdo (1) Muy en desacuerdo  <b>Afirmaciones negativas</b> (1) Muy de acuerdo (2) De acuerdo (3) Ni en acuerdo ni en desacuerdo (4) En Desacuerdo (5) Muy en desacuerdo

OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍNDICE
Indagar la actuación de la Alcaldía del Municipio Carirubana, la Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR, y La Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA en la planificación, ejecución y control de programas,	Actuación de la superestructura turística municipal y estatal en la formación de una cultura turística en las poblaciones del municipio Carirubana	➤ Planificación	➤ Existe ➤ No existe	Nro. de proyectos y planes existentes. Nro. de planes ejecutados.  Nro. de planes controlados durante su ejecución.
		➤ Ejecución	➤ SI ➤ No	
		➤ Control	➤ Existe ➤ No existe	

talleres y cursos de formación de una cultura turística en las poblaciones del municipio Carirubana del estado Falcón.				
--	--	--	--	--

*Un instrumento científico abre una ventana  
al conocimiento”  
Isaac Asimov*

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**



### **3.1 Nivel de la Investigación**

Esta investigación se ubica en el nivel perceptual del conocimiento, debido a que pretende diagnosticar y describir una realidad, tal cual como se desarrolla, partiendo de una teoría, previamente establecida. De acuerdo con Hurtado (2000) “El nivel perceptual, o primer nivel indica una aproximación inicial al evento en la cual, apenas se alcanza a percibir los aspectos más evidentes del mismo...” (pág. 18). En consecuencia este estudio diagnóstico y dio una descripción de la cultura turística de los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón del municipio Carirubana, partiendo de los elementos teóricos que la constituyen

### **3.2 Diseño de la Investigación**

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un diseño contemporáneo transeccional de campo, debido a que es un estudio cuyo propósito es obtener información sobre la existencia o no de la cultura turística en un momento actual, de los empleados de comercios de zona libre ubicados en El Cardón, en el que el investigador se incorporó al medio donde estos se desenvuelven diariamente, que para efectos de este estudio se dio lugar en los locales comerciales de zona libre en donde los empleados practican su labor diariamente (Hurtado: 2000)

La amplitud y organización de los datos es orientada hacia el caso multivariable, pues esta investigación estudió varios elementos que caracterizan la cultura turística como conocimiento, valores, costumbres y actitudes de los empleados de comercios de zona libre ubicados en El Cardón, municipio Carirubana del estado Falcón. (Hurtado: 2000)

### **3.3 Área de Estudio**

Las áreas de los comercios de zona libre ubicados en la localidad El Cardón del municipio Carirubana de la Península de Paraguaná del estado Falcón (Mapa 1).

### **3.4 Población y Muestra**

#### **3.4.1 Población.**

En este estudio se precisaron dos (2) poblaciones: una constituida por un total de 240 empleados fijos y contratados pertenecientes a los tres locales comerciales de la zona, como: Mundo Daka C.A, La Florida y La Fortaleza; Y, la otra población constituida por los clientes (turistas y locales) que visitaron estos tres locales comerciales el día 23 de Septiembre del presente año.

#### **3.4.2 Diseño de la muestra**

Se realizaron al igual que la población, dos (2) tipos de muestreo:

- Muestreo intencional no probabilístico: aplicado con base a criterios de selección para determinar dicha muestra. Al respecto Arias (2006) señala “los elementos son escogidos con base a criterios o juicios preestablecidos por el investigador” (pág. 85). En efecto la muestra fue representada por 26 empleados distribuidos entre los tres locales comerciales de zona libre estudiados en la localidad del Cardón (La

Fortaleza C.A, La Florida y Mundo Daka), cuyos criterios de selección son los siguientes:

- - Empleados quienes tengan contacto directo y espontáneo por la práctica de su oficio con el cliente (cajeros/as, vigilantes que se encuentran laborando en el horario abierto del local comercial, empleados que atienden al cliente)
  - Antigüedad: tener, por lo menos seis meses ejerciendo el oficio.
- Muestreo aleatorio simple: en el cual todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Al respecto Arias (2006) plantea *“el muestreo aleatorio simple es el procedimiento en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados...”* (pág. 83). A continuación se presentara el diseño muestral en cual se preciso la muestra seleccionada de los clientes (locales y turistas) que visitaron los locales comerciales el día 23 de Septiembre para el momento de la aplicación de las encuestas (Tabla Nro. 9).

**TABLA Nro. 9 DISEÑO MUESTRAL.**

Ámbito	Las áreas de los comercios de zona libre ubicados en la localidad del Cardón del municipio Carirubana de la Península de Paraguaná del estado Falcón
Población	Clientes (turistas y locales) que visitaron estos tres locales comerciales el día 23 de Septiembre

	para el momento de la aplicación de las encuestas.
Tipo de muestreo	Muestreo aleatorio simple, bajo el supuesto de máxima variabilidad $p=q=0.50$
Nivel de confianza	95%
Error máximo	10%
Muestra	96 clientes (locales y turistas)

### 3.5 Sujetos de Información

Los sujetos de este estudio para la recolección de la información fueron los siguientes:

1. Empleados de los tres (3) comercios de zona libre (La Fortaleza C.A, La Florida y Mundo Daka) de la localidad del Cardón del municipio Carirubana del estado Falcón
2. Autoridades gubernamentales vinculadas a la actividad turística, tanto a nivel municipal como estatal:
  - 1 Gerente de Sensibilización y Formación Turística de la Corporación de Turismo del estado Falcón.
  - 1 Gerente de Planificación y Desarrollo de La Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA
  - 1 Directora de Turismo del municipio Carirubana.

3. Clientes (turistas y locales) que visitaron estos tres locales comerciales el día 23 de Septiembre.

### 3.6 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de la Información.

A continuación se presentarán las técnicas e instrumentos utilizados, mediante las cuales se obtuvo la información necesaria para la realización de este estudio (Hurtado 2000), en efecto se precisaron las técnicas e instrumentos necesarios para la obtención de información acerca de la cultura turística y sus elementos, presentes en los empleados de comercios de zona libre de El Cardón.

- ✓ Encuesta: se empleó esta técnica aplicando un cuestionario como instrumento para determinar el perfil sociodemográfico de los empleados de comercios de zona libre para dar respuesta al objetivo Nro. 1 (Fidias Arias) (Apéndice A)
- ✓ Prueba de Conocimiento: Se empleó esta técnica a los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón, con la finalidad dar respuesta al objetivo específico Nro. 2 (Hurtado: 2000) (Apéndice B).
- ✓ Escala de actitudes: Técnica aplicada mediante la utilización de la escala de Lickert, la cual permite medir la actitud, con la finalidad de que las personas encuestadas manifiesten su grado de acuerdo con las afirmaciones o juicios que se hacen (Hernández 2003). De esta forma se obtuvo la información necesaria para medir la percepción que tuvieron los empleados sobre ellos mismos acerca

de sus valores, actitudes y costumbres y de esta forma dar respuestas a los objetivos específicos 3,4,5 (Apéndice C); así como también se utilizó esta escala, para medir las reacciones de los turistas con respecto a los valores, actitudes y costumbres de los empleados de los comercios de zona libre y dar respuesta al objetivo Nro.6 (Apéndice D).

- ✓ Entrevista no estructurada: Técnica aplicada mediante la guía de entrevista, a los entes rectores responsables del desarrollo de la actividad, con la finalidad de recolectar la información necesaria para dar respuesta al objetivo específico número 7 de la presente investigación (Apéndice E)

### **3.7 Técnica de Procesamiento y análisis de los datos.**

El procesamiento de la información obtenida mediante la utilización de las técnicas anteriormente señaladas, se realizaron en forma manual y computarizada.

El análisis de los datos recolectados, se realizaron en forma cualitativa en cuanto las observaciones, respuestas y comentarios de las entrevistas y cuantitativamente por medio del programa computarizado Excel 2007, presentando los resultados en valores y porcentajes en tablas y gráficos, contrastando la realidad observada, los resultados de la aplicación de las diferentes técnicas de recolección de información utilizadas; a fin de analizar los aspectos más resaltantes que se encontraron en la investigación.

### **3.8 Presentación de los resultados.**

Los resultados de la investigación se presentaron en forma textual y escrita, gramática y tabular, de acuerdo al tipo de análisis que requirieron los mismos, para así facilitar al investigador y al lector su comprensión, y estudio.

*El significado y valor de una palabra  
se encuentra en las demás  
Ferdinand De Saussure*

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**



#### 4.1 Características sociodemográficas de los empleados de comercios de zona libre de la localidad el cardón, municipio carirubana del estado falcón.

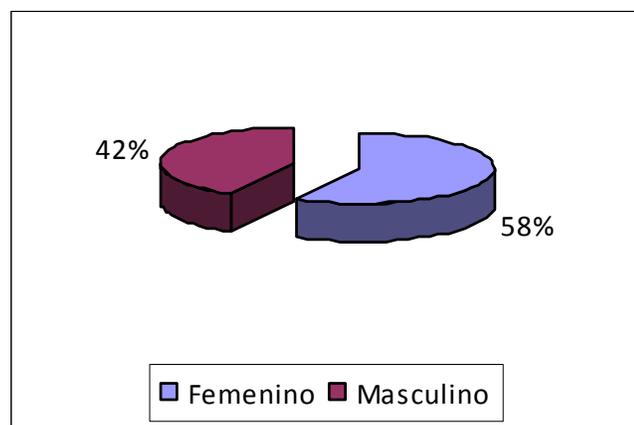
A partir de las encuestas realizadas a los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón municipio Carirubana se presentaran los datos obtenidos con respecto a las características sociodemográficas que los identifica a cada uno en la población.

**TABLA Nro. 10. GÉNERO DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE**

1. Género	fi	%
Femenino	15	58
Masculino	11	42
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia 2008.

**GRÁFICO Nro. 1. GÉNERO DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE**



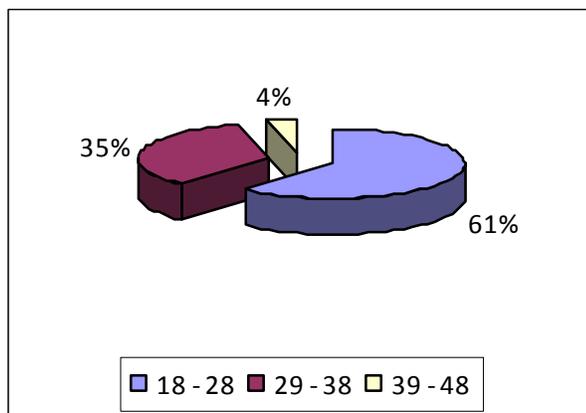
En la tabla Nro. 10 y en el gráfico Nro. 1 se observa que el 58% de los empleados de comercios de zona libre es femenino y el otro 42% de los empleados es masculino. Lo que se puede observar que no hay una marcada diferencia de género de los empleados que ocupan este puesto de trabajo.

**TABLA Nro. 11. EDAD DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE**

<b>2. Grupos de Edad</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
18 - 28	16	62
29 - 38	9	35
39 - 48	1	4
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente. Elaboración Propia 2008

**GRÁFICO Nro. 2. EDAD DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE**



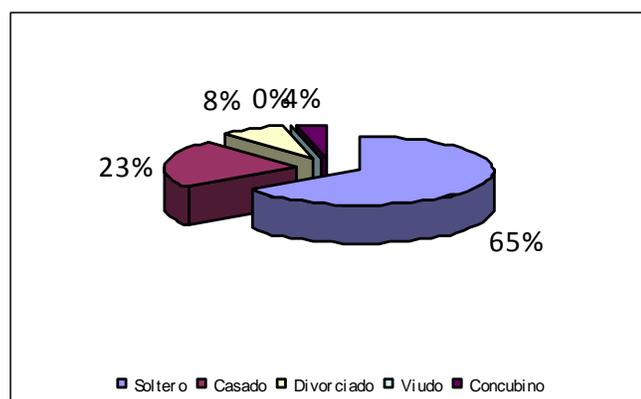
En la tabla Nro. 11 y gráfico Nro. 2, se puede observar que la mayoría de los empleados que laboran en los comercios de zona libre son una población joven representado por un 62% de la muestra seleccionada.

**TABLA Nro. 12. ESTADO CIVIL DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

<b>3. Estado Civil</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Soltero	17	65
Casado	6	23
Divorciado	2	8
Viudo	0	0
Concubino	1	4
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 3. ESTADO CIVIL DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



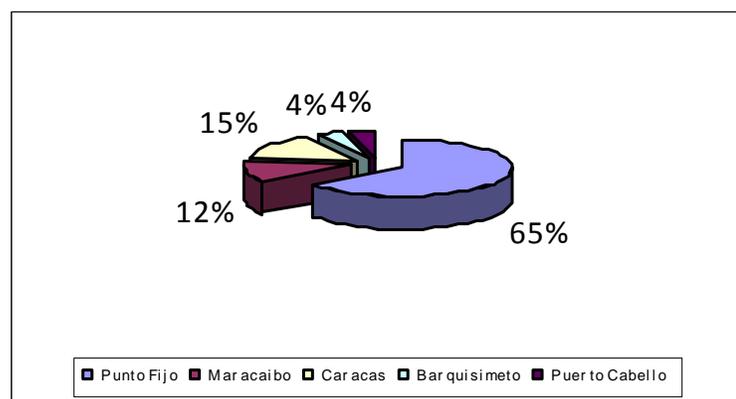
En la tabla Nro. 12 y gráfico Nro.3, se refleja que la mayoría de los empleados son solteros representado por un 65% de la muestra y el 23% de los empleados encuestados es casado.

**TABLA Nro. 13. LUGAR DE ORIGEN DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

4. Lugar de Origen			
Estado	Localidad	fi	%
Falcón	Punto Fijo	11	42
	Punta Cardón	3	12
	Los Taques	1	4
	Coro	1	4
Zulia	Maracaibo	3	12
Distrito Capital	Caracas	5	19
Lara	Barquisimeto	1	4
Carabobo	Puerto Cabello	1	4
<b>Total</b>		<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia 2008

**GRÁFICO Nro. 4. LUGAR DE ORIGEN DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



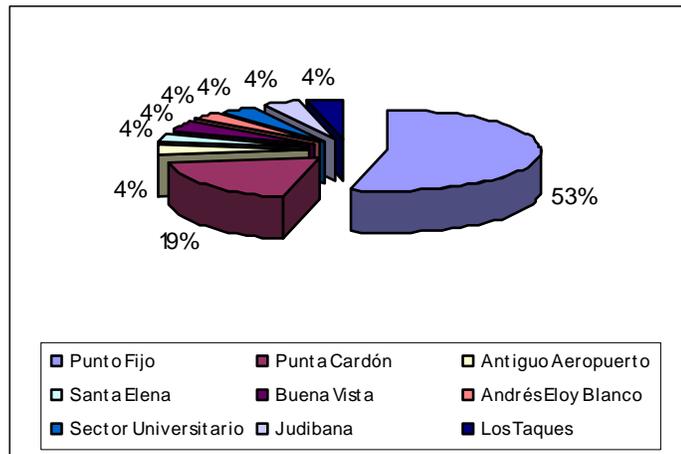
En la tabla Nro. 13 y gráfico Nro. 4 se refleja que la gran cantidad de los empleados de comercios de zona libre son originarios de la ciudad de Punto Fijo del estado Falcón representándolo el 42% de la población, existiendo también empleados originarios de otros estados como el Distrito Capital representado por el 19%, seguido del estado Zulia con un 12%, así como Lara y Carabobo representado cada uno por el 4%.

**TABLA Nro. 14. LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE**

<b>5. Lugar de residencia</b>			
<b>Estado</b>	<b>Localidad</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Falcón	Punto Fijo	14	54
	Punta Cardón	5	19
	Antiguo Aeropuerto	1	4
	Santa Elena	1	4
	Buena Vista	1	4
	Andrés Eloy Blanco	1	4
	Sector Universitario	1	4
	Judibana	1	4
	Los Taques	1	4
	<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 5. LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE**

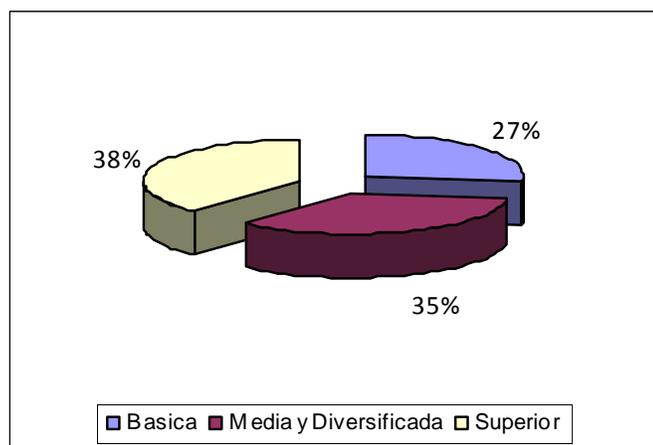


En la tabla Nro. 14 y gráfico Nro. 5, se puede observar que el 54% de los empleados de comercios de zona libre se encuentran residenciados en la ciudad de Punto Fijo del estado Falcón, seguido de la localidad de Punta Cardón representado por un 19%, así como también los empleados se encuentran residenciados en otras localidades tales como Antiguo Aeropuerto, Santa Elena, Buena Vista, Andrés Eloy Blanco, Sector Universitario, Judibana y Los Taques representado cada una por el 4% de la muestra seleccionada.

**TABLA Nro. 15. NIVEL DE FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS ZONA LIBRE**

6. Nivel de Formación	fi	%
Básica	7	27
Media y Diversificada	9	35
Superior	10	38
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO Nro. 6. NIVEL DE FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS ZONA LIBRE**



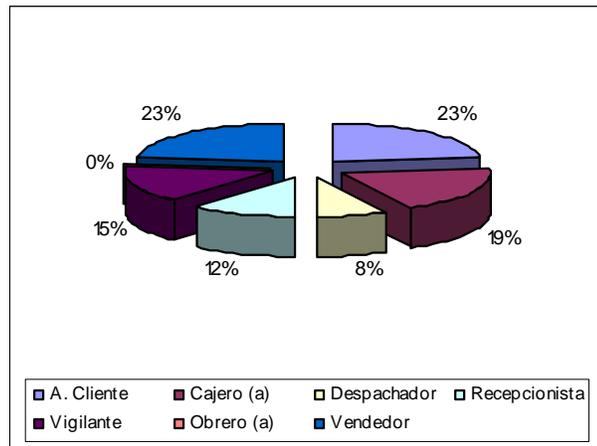
En la tabla Nro. 15 y gráfico Nro. 6 se muestra que la mayoría de los empleados cumplen con un nivel superior de formación académica representado por el 38%, seguido del 35% representado por empleados que solo culminó el medio y diversificado y el 27% representado por el básico.

**TABLA Nro. 16. CARGO QUE DESEMPEÑAN LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE**

7. Cargo que desempeña en la empresa	fi	%
A. Cliente	6	23
Cajero (a)	5	19
Despachador	2	8
Recepcionista	3	12
Vigilante	4	15
Obrero (a)	0	0
Vendedor	6	23
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente. Elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 7. CARGO QUE DESEMPEÑAN LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE**



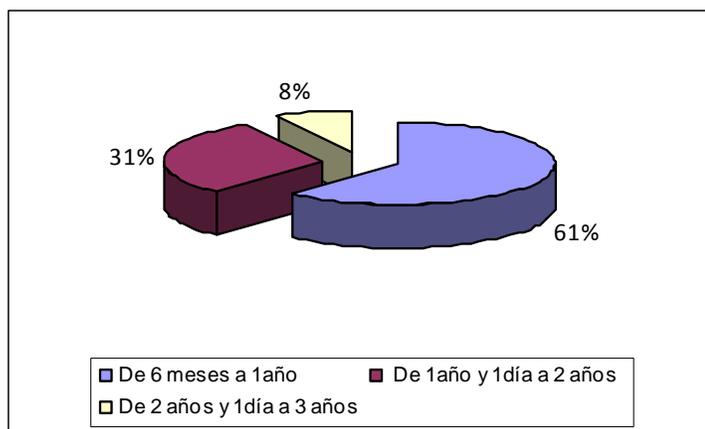
En la tabla Nro. 16 y gráfico Nro. 7 muestra que la gran parte de los empleados son vendedores y trabajan en atención al cliente, estos se encuentran representados cada uno con el 23% de la muestra de los empleados, seguido del cargo de cajero (a) representado por un 19%, así como de vigilante con un 15%.

**TABLA Nro. 17. TIEMPO DE ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA POR PARTE DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

8. Tiempo de Antigüedad en la empresa	fi	%
De 6 meses a 1 año	16	62
De 1 año y 1 día a 2 años	8	31
De 2 años y 1 día a 3 años	2	8
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 8. TIEMPO DE ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA POR PARTE DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



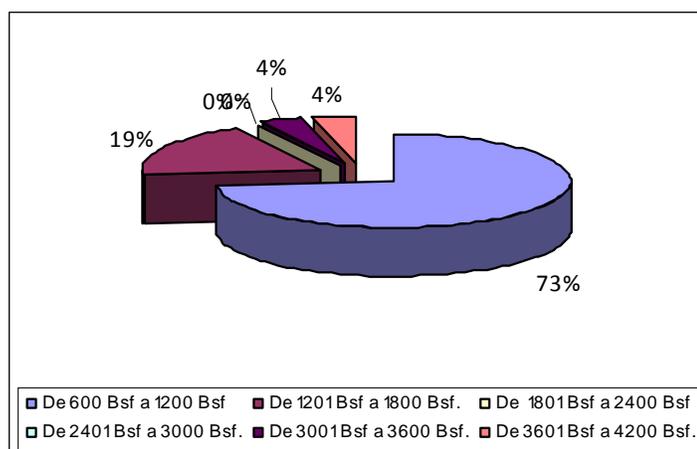
En la tabla Nro. 17 y gráfico Nro. 8 se muestra que el tiempo de antigüedad en la empresa de los empleados de este tipo de comercio se encuentra comprendido principalmente entre seis (6) meses y un (1) año representado por el 62%, seguido por el periodo comprendido entre un (1) año y un (1) día a dos (2) años representado por el 31% de la totalidad de la muestra representativa.

**TABLA Nro. 18. PROMEDIO DE INGRESOS MENSUALES DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

9. Promedio Ingresos mensuales	fi	%
De 600 Bsf a 1200 Bsf	19	73
De 1201 Bsf a 1800 Bsf.	5	19
De 1801 Bsf a 2400 Bsf	0	0
De 2401 Bsf a 3000 Bsf.	0	0
De 3001 Bsf a 3600 Bsf.	1	4
De 3601 Bsf a 4200 Bsf.	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 9. PROMEDIO DE INGRESOS MENSUALES DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



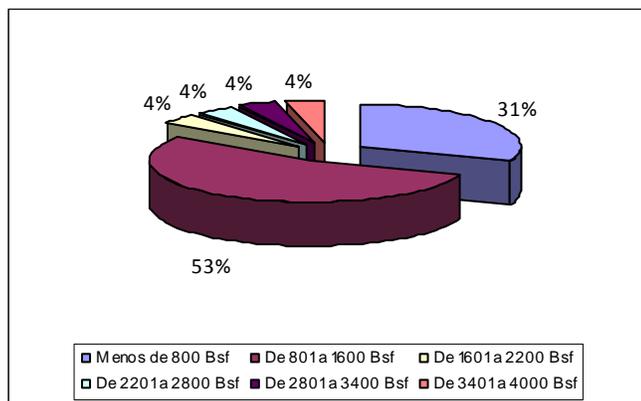
En la tabla Nro. 18 y gráfico Nro. 9 se puede observar que la mayoría de los empleados representado por un 73% tienen un promedio de ingresos mensuales de 600 Bs a 1200 Bs, seguido del 19% con un promedio de ingresos mensuales de 1201 Bs a 1800 Bs.

**TABLA Nro. 19. PROMEDIO DE GASTOS MENSUALES DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

10. Promedio gastos mensuales	fi	%
Menos de 800 Bs	8	31
De 801 a 1600 Bs	14	54
De 1601 a 2200 Bs	1	4
De 2201 a 2800 Bs	1	4
De 2801 a 3400 Bs	1	4
De 3401 a 4000 Bs	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 10. PROMEDIO DE GASTOS MENSUALES DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



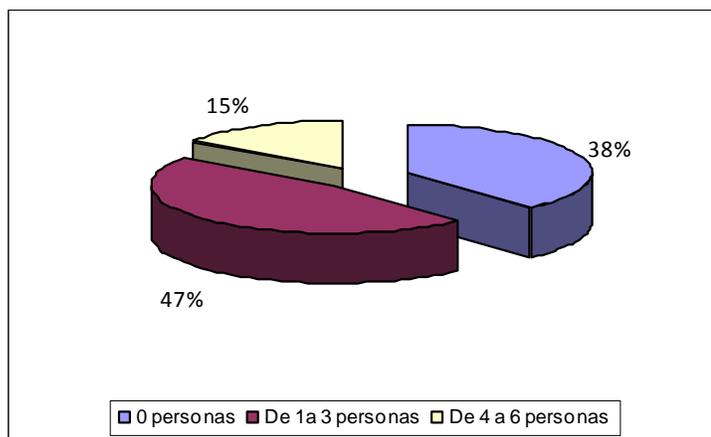
En la tabla Nro. 19 y gráfico Nro.10 se logra observar que el promedio de gastos mensuales se encuentra en un promedio de 801 Bs a 1600 Bs representado por el 54%, seguido por menos de 800 Bs un gasto de 801 a 1600 Bs representando por el 31%.

**TABLA Nro. 20. CARGA FAMILIAR DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

11. Carga Familiar	fi	%
0 personas	10	38
De 1 a 3 personas	12	46
De 4 a 6 personas	4	15
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 11. CARGA FAMILIAR DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



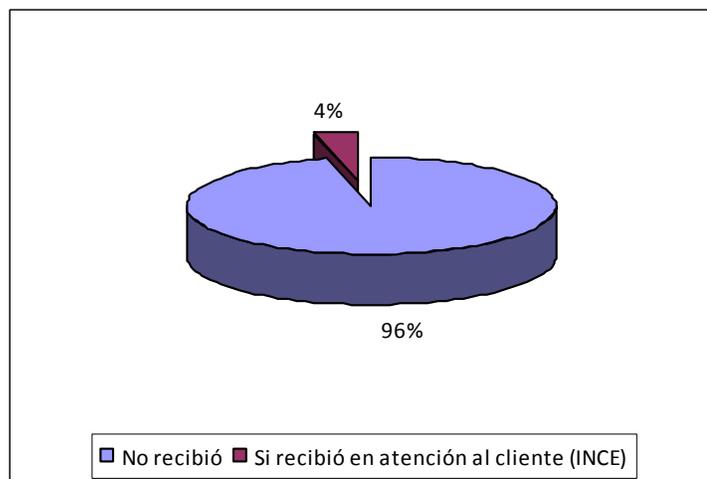
En la tabla Nro. 20 y gráfico Nro. 11, se muestra que la mayoría de los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón tienen una carga familiar de una (1) a tres (3) personas representado por el 46%, seguido por el 15% de los empleados que tienen de cuatro (4) a seis (6) personas a su cargo y el otro 38% de los empleados no tienen carga familiar.

**TABLA Nro. 21. CAPACITACIÓN TURÍSTICA DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

12. Capacitación Turística	fi	%
No recibió	25	96
Si recibió en atención al cliente (INCE)	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 12. CAPACITACIÓN TURÍSTICA DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



En la tabla Nro. 21 y gráfico Nro. 12 se puede observar que la gran mayoría de los empleados de comercios de zona libre representado por el 96% no recibió capacitación turística por parte de la empresa a la cual presta sus servicios y el otro 4% representado por una sola persona si recibió capacitación turística por parte de la empresa en el área de atención al cliente impartido por el INCE.

## **ANÁLISIS**

Con los resultados presentados anteriormente y sus respectivos análisis, es posible establecer el perfil sociodemográfico de los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón, del municipio Carirubana, el cual se presenta a continuación.

**TABLA Nro. 22. PERFIL SOCIODEMOGRAFICO DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE DE LA LOCALIDAD EL CARDÓN MUNICIPIO CARIRUBANA**

<b>Genero</b>	Femenino
<b>Grupo de edad</b>	18 a 28 años
<b>Estado Civil</b>	Soltero (a)
<b>Lugar de origen</b>	Punto Fijo, Estado Falcón
<b>Lugar de residencia</b>	Punto Fijo, Estado Falcón
<b>Nivel de Formación</b>	Nivel Superior
<b>Cargo que desempeña en la empresa</b>	A. Cliente/ Vendedor (a)
<b>Tiempo de antigüedad en la empresa</b>	De 6 meses a 1 año
<b>Promedio de Ingresos mensuales</b>	De 600 Bs a 1200 Bs
<b>Promedios de gastos mensuales</b>	De 801 Bs a 1600 Bs
<b>Carga Familiar</b>	De 1 a 3 personas
<b>Capacitación Turística</b>	No han recibido

Fuente: elaboración propia. 2008

#### **4.2 Nivel de conocimiento de los empleados de los comercios de zona libre sobre la actividad turística que se desarrolla en la localidad el cardón del municipio carirubana.**

La población residente de un destino receptor de turismo debe estar involucrado y comprometido con el acontecer turístico del destino, de tal forma que el conocimiento sobre su localidad y recursos y potencialidades turísticos es de vital importancia para ellos, de esta manera sirvan de multiplicadores de información ante los visitantes y les facilitaría la mejor prestación del servicio ante turistas que cada vez son mas exigentes a la

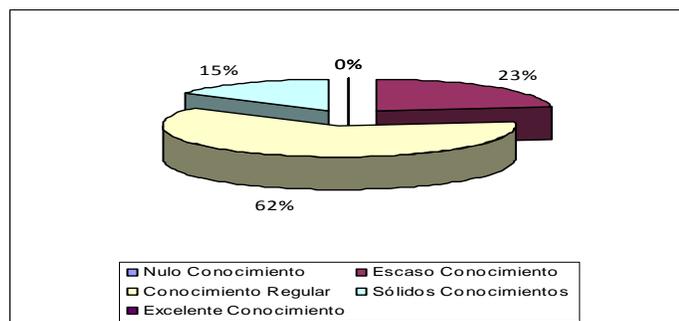
hora de buscar información específica sobre un tema de interés de la localidad. De esta manera se hace necesario conocer el nivel de conocimiento que tienen los empleados de comercios de zona libre sobre su localidad: atractivos, cultura y gente; así como de las principales actividades económicas que allí se practican como lo es el turismo y el comercio. (Ver Apéndice B).

**TABLA Nro. 23 CONOCIMIENTOS DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE SOBRE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.**

<b>Conocimientos sobre la actividad turística</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Nulo Conocimiento	0	0
Escaso Conocimiento	6	23
Conocimiento Regular	16	62
Sólidos Conocimientos	4	15
Excelente Conocimiento	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia 2008

**GRÁFICO Nro. 13 CONOCIMIENTOS DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE SOBRE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.**



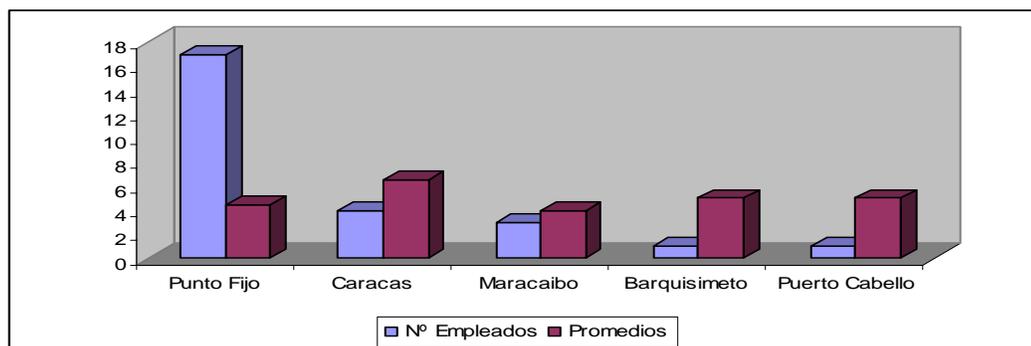
En la tabla Nro. 23 y gráfico Nro. 13 se puede observar que el 62% de los empleados de este tipo de comercio poseen un nivel regular de conocimientos sobre la actividad turística que se desarrolla en su localidad, y un 23% poseen un escaso conocimiento sobre la actividad, lo que demuestra la urgente necesidad de reforzar los conocimientos en este grupo de personas prestadores de servicios turísticos sobre la actividad turística que se desarrolla en ese municipio en la cual conviven.

**TABLA Nro. 24. RESULTADOS DE LA PRUEBA EN RELACIÓN AL LUGAR DE ORIGEN DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

<b>Lugar de Origen</b>	<b>Nro. de empleados</b>	<b>Sumatoria de la prueba</b>	<b>Promedio</b>
Punto Fijo	17	76	4.47
Caracas	4	26	6.5
Maracaibo	3	12	4
Barquisimeto	1	5	5
Puerto Cabello	1	5	5
Total	26		

Fuente: elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 14. RESULTADOS DE LA PRUEBA EN RELACIÓN AL LUGAR DE ORIGEN DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



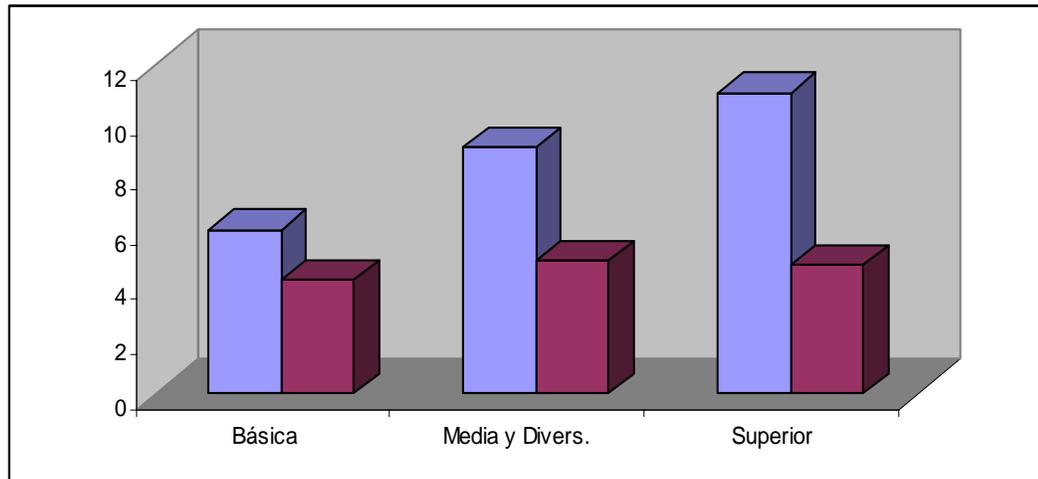
La tabla Nro. 24 y gráfico Nro. 14 nos muestra que los empleados originarios de la ciudad de Punto Fijo del estado Falcón tienen un promedio en la prueba de 4.47 puntos, los de la ciudad de Caracas tienen un puntaje 6.5 seguido de las ciudades de Maracaibo con un total de 4 puntos y Barquisimeto y Puerto Cabello con un total cada una de 5 puntos, lo que nos permite conocer que los resultados de la prueba de conocimiento no dependen de la ciudad de origen de los empleados, es decir no contiene relación alguna.

**TABLA Nro. 25. RESULTADOS DE LA PRUEBA EN RELACIÓN CON EL NIVEL DE FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**

Nivel de Formación	Nro. de empleados	Sumatoria de la prueba	Promedio
Básica	6	25	4.16
Media y Divers.	9	44	4.88
Superior	11	52	4.72
Total	<b>26</b>		

Fuente: elaboración propia. 2008

**GRÁFICO Nro. 15. RESULTADOS DE LA PRUEBA EN RELACIÓN CON EL NIVEL DE FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS DE COMERCIOS DE ZONA LIBRE.**



En la Tabla Nro. 25 y gráfico Nro. 15, se puede observar los resultados de la prueba en relación al nivel de formación de los empleados de comercios de zona libre, resultando así, que los que terminaron la educación básica contaron con un promedio de 4.16 en el puntaje de las notas, los empleados que cursaron media y diversificada obtuvieron un promedio de 4.88 y los que culminaron el nivel superior contaron con un 4.72 del puntaje total, lo que nos permite inferir que el resultado de esta prueba no depende del nivel de formación de los empleados.

## **ANÁLISIS**

A la luz de la información obtenida, al momento de aplicar la prueba de conocimientos a los empleados sobre aspectos relacionados a la actividad turística que se desarrolla en el municipio Carirubana, se evidenció que estos presentan un nivel regular del conocimiento en general, presentando serias debilidades en cuanto a conocimientos sobre la localidad principalmente a

nivel cultural, revelando una seria incoherencia, debido a que la mayor parte de empleados son originarios y residenciados en esa localidad y no conocen su propio acontecer cultural como lo son: su pasado histórico, sus fiestas tradicionales y sus artesanías principalmente, lo que demuestra la falta de preparación formal y capacitación en materia turística, que les permita obtener conocimientos formales sobre su localidad, historia, cultura y sobre el acontecer turístico que se desarrolla en la misma, debido principalmente a la falta de interés y motivación sobre el tema.

Por otra parte, se evidenció en los empleados de comercios de zona libre, la presencia de altos conocimientos sobre los atractivos y recursos turísticos con los que cuenta el municipio, mostrando orgullo y sentido de pertenencia ante los mismos, así como también se reflejó la total atención e interés que estos tienen con las realidades económicas particulares del sector que giran a su alrededor y sus posibles repercusiones positivas y negativas que estas traen consigo tanto para el municipio como para la población en general, es decir, se encuentran atentos y no aislados ante los efectos positivos y negativos que traen consigo el desarrollo paulatino del turismo y el comercio, actividades que se han desarrollado proporcionalmente en el sector desde mediados del 2001 hasta nuestros días.

Todo lo planteado anteriormente, permite aseverar que los empleados de comercios de zona libre del municipio Carirubana no se encuentran aislados de un todo del acontecer turístico que se presenta en esa localidad, mas sin embargo, se requiere de capacitación para una mayor preparación de los mismos en materia cultural y turística para involucrarlos aun más a la actividad en cuestión y ofrecer un servicio de calidad.

### **4.3. VALORES, ACTITUDES Y COSTUMBRES PRESENTES EN LOS EMPLEADOS DE LOS COMERCIOS DE ZONA LIBRE DE LA LOCALIDAD EL CARDÓN.**

A continuación se mostrará la percepción de los empleados de los comercios de zona libre sobre los valores, actitudes y costumbres que estos presentan y que los identifica como individuos empleados de esos comercios de zona libre a la cual pertenecen y forman parte. Esta percepción de los empleados es fundamental para el alcance de los objetivos propuestos, debido a que estos expondrán su punto de vista autocrítico sobre ellos mismos como prestadores de servicios turísticos en una comunidad receptora de turismo. (Ver tabla Nro. 26)

En la tabla Nro. 26, se puede observar que el indicador valores tuvo un promedio general de 3.76 dentro de la escala 1-5 siendo el 1 el valor mínimo y el 5 el máximo, observándose de esta manera que los empleados tienen una percepción un poco favorable ante los valores que ellos mismos consideran que presentan; de igual forma nos muestra que el ítems que obtuvo un mayor promedio y por ende una actitud más favorable ante los demás ítems evaluados en los empleados, fue de 4.42 representado por la opinión de los mismos en cuanto a la siguiente afirmación: “los empleados ofrecen el servicio que el cliente necesita”; mientras que, por el contrario, el ítems que obtuvo un menor promedio representado por el 2.35 , mostrando una actitud desfavorable en los empleados fue la opinión de los mismos en cuanto a la afirmación : “ existencia de unión y cooperación entre los empleados”. De esta manera, el empleado tiene una actitud de inmediatez de atender al turista en el momento que demanda el servicio, pero los valores de unión y cooperación no los demuestran ante ellos.

En cuanto al indicador actitudes, se puede observar que obtuvo un promedio general de 3.74 entre la escala 1-5 mostrando así, una opinión favorable con respecto a este indicador por parte de los empleados; en cuanto al ítems con un mayor promedio representado por un 4.42, mostró una actitud favorable ante la siguiente afirmación: “los empleados prestan atención a los requerimientos del cliente”; por el contrario el ítems con un menor promedio representado por un valor de 3.04 mostró un grado de indiferencia de los empleados en cuanto a la siguiente afirmación: “los empleados cuando se encuentran trabajando bajo presión por la gran cantidad de clientes, se les dificulta atenderlos con amabilidad”. De esta manera se demuestra que los empleados opinan sobre la existencia de las actitudes de eficiencia y compromiso en ellos mismos pero al mismo tiempo concuerdan que no presentan la cualidad de ser amables en todo momento con los clientes.

Por otra parte, se muestra que el indicador costumbres, obtuvo un promedio general de 3.17 entre la escala de 1-5, siendo el número 1 el valor mínimo y el 5 el máximo ideal, mostrando de esta manera una actitud indiferente por parte de los empleados ante las costumbres y tradiciones que poseen ellos mismos. El indicador con mejor promedio y con una actitud más favorable fue el representado por un valor de 3.58 correspondiente a la opinión del empleado en cuanto al siguiente juicio: “los empleados presentan dificultad para darles a los turistas información sobre la región, sus tradiciones y costumbres”; mientras por el contrario el ítems con menor promedio representado por el valor 2.62, mostró una actitud más desfavorable de los empleados ante la opinión de los mismos en cuanto a la siguiente afirmación: “los empleados en su comportamiento muestran rasgos característicos de la región”.

## **ANÁLISIS**

De esta manera, se puede observar que la percepción de los empleados sobre ellos mismos en cuanto a los valores, actitudes y costumbres que presentan, resulta un tanto indiferente, pues su opinión y resultado de la misma se aleja del promedio ideal (5) en todos los indicadores evaluados (valores, actitudes y costumbres), esto se debe principalmente al desinterés de los mismos con respecto atender a los turistas y reflejar sus valores, actitudes y costumbres que estos les han transmitido desde su niñez, la familia y la sociedad, viéndose desmotivados en contribuir con el desarrollo turístico de la localidad, debido a la falta de incentivos y motivación por parte de la empresa y a la falta de capacitación y preparación formal en materia turística.

### **4.4 Percepción de los turistas sobre los valores, actitudes y costumbres percibidos, en los empleados de los comercios de zona libre de la localidad el cardón del municipio carirubana**

La opinión del turista sobre los prestadores de servicios es de vital importancia, pues son ellos quienes reciben el trato y la prestación de servicio del empleado, de esta manera a través de su experiencia con el mismo estos conocen y observan las posibles fallas, debilidades y/ fortalezas que estos puedan presentar a la hora de brindar un determinado servicio, además de que su visión es la más objetiva, debido a su desvinculación con el empleado y con la localidad. De esta manera, a continuación se presentará la opinión de los turistas acerca de los valores, actitudes y costumbres que estos percibieron en los empleados de comercios de zona libre de la localidad El Cardón (Ver tabla Nro.27).

En la tabla 27, se puede observar que el indicador valores, obtuvo un promedio general de 3.53 en una escala 1-5 donde el número 1 es el valor mínimo y 5 el valor máximo, resultando así que los turistas mostraron una actitud un poco favorable con respecto a los valores percibidos en los empleados de los comercios de zona libre; de igual forma se puede observar que el ítem con mayor promedio y con una actitud más favorable por parte de los turistas representado con el valor 3.88, fue la opinión de los turistas con respecto a la siguiente afirmación: “los empleados proceden con rectitud e integridad, durante el ejercicio de sus funciones”, por el contrario el ítem que obtuvo un menor promedio representado por el valor 3.04, obtuvo una actitud indiferente por parte de los turistas relacionado a la opinión de los mismos en cuanto al siguiente juicio; “ los empleados reflejan un compromiso hacia el desarrollo de la actividad turística de la localidad”. De esta forma se observa que los empleados actúan con el valor de la honradez durante su faena laboral, mientras que el compromiso por parte de ellos hacia el desarrollo de la actividad no lo demuestran.

A su vez el indicador actitudes obtuvo un promedio de general de 3.46 dentro de una escala 1-5, resultando el número 1 el valor mínimo y el 5 el valor máximo ideal, reflejando así, una actitud un poco favorable por parte de los turistas con respecto a las actitudes percibidas en los empleados; el indicador con mayor promedio representando por el valor 3.72, cuya actitud resultó favorable, se encuentra representado por la opinión de los turistas en cuanto a la siguiente afirmación: “ los empleados reciben al turista con cortesía y amabilidad”; por el contrario el ítem con menor promedio expresado por el valor 3.04 y cuya actitud resultó desfavorable, fue la opinión de los turistas con respecto al siguiente juicio:” los empleados no tienen disposición de contribuir con el desarrollo turístico de la zona”. De esta manera se observa la amabilidad y cortesía como actitudes presentes en los

empleados, a diferencia de la disposición de los mismos la cual no demuestran o presentan con relación a contribuir con el desarrollo turístico de la zona.

Finalmente, el indicador costumbre obtuvo un promedio general de 2.94 en una escala 1-5 donde el número 1 es el valor mínimo y 5 el máximo ideal, valor que refleja la actitud indiferente que tienen los turistas ante las costumbres percibidas en los empleados, mostrando así que el ítem con mayor promedio representado por el valor 3.26 y cuya actitud resultó más favorable fue la opinión de los turistas con respecto a la afirmación: “los empleados presentan dificultad para darle información a los turistas sobre la región sus tradiciones y costumbres”; en contraposición el ítem con un menor promedio representado por el valor 2.61, demostró la actitud desfavorable que los turistas presentan con respecto a su opinión en cuanto al siguiente juicio: “ los empleados dan a conocer voluntariamente el folklor tradicional de la región”.

## **ANÁLISIS**

Con los resultados obtenidos por medio de la escala de actitudes tipo lickert, aplicada a los turistas para medir los principales elementos de la cultura turística: valores, actitudes y costumbres en los empleados de los comercios de zona libre, se puede conocer la actitud un tanto indiferente a nivel general que tuvieron los turistas ante los mismos en cuanto a esos elementos pudiendo observar así, la impresión no muy positiva que estos causaron en los turistas en cuanto al trato, y a la prestación del servicio como tal.

Este hecho influirá directamente de manera negativa en la decisión de volver a visitar el destino, tanto para su disfrute y vivencia de experiencias como para la realización de compras, pudiendo resultando así, la disminución del turismo de compras, que actualmente va e ascenso motivados por su reciente creación, pero que con el pasar de los años puede decaer, resultado de la posible aparición de un mayor número de destinos a nivel nacional más competitivos en donde la calidad en el servicio basada en los valores actitudes y costumbres presente en los empleados y prestadores de servicios se encuentren presentes.

De esta manera resulta necesario la unión y realización de esfuerzos mancomunados entre todos los actores de la actividad turística: empresa privada, ente rector responsables de la actividad , prestadores de servicios turísticos y comunidad receptora en general para fortalecer a mediano y largo plazo la conformación de una cultura integra que los identifique como región y orientarla hacia el conocimiento y valoración de la actividad turística, buscando la satisfacción y regreso del visitante a la localidad y la obtención del mayor beneficio para la comunidad receptora e igualmente se traduce en un compromiso de preservar los recursos naturales y culturales presentes en el destino turístico que en cierta manera garanticen futuras diversificaciones de la oferta turística.

**4.5 Actuación de la alcaldía del municipio carirubana, la corporación de turismo del estado falcón corfaltur, y la corporación para la zona libre y el fomento de la inversión turística de la península de paraganá corpotulipa en la planificación, ejecución y control de programas, talleres y cursos de formación de una cultura turística en las poblaciones del municipio carirubana del estado falcón.**

A continuación se mostrara la información recopilada de los entes rectores de la actividad turística y comercial del municipio Carirubana y del estado Falcón: CORPOTULIPA, CORFALTUR y la comisionada de turismo de la Alcaldía de Carirubana, desde el punto de vista rector, regulador y coordinador de la actividad turística como actividad económica generadora de ingresos económicos y empleos, que permitan elevar la calidad de vida del residente, con respecto a su labor sobre el fomento y consolidación de una cultura turística en la población residente prestadora de servicios turísticos y en general a través de la planificación, ejecución y control de planes, programas cursos y talleres para dicho fin.

Estos actores responsables de la actividad turística en el municipio en cuestión se describen a continuación (Cuadro Nro. 1)

**CUADRO Nro. 1. ACTORES INVOLUCRADOS**

<b>Institución</b>	<b>Cargo</b>	<b>Nombre</b>
CORFALTUR. Dpto Sensibilización y Formación Turística	Promotor Turístico.	Ornell Soto
CORPOTULIPA	Gerente Planificación y Desarrollo	Borregales Greenchie
Alcaldía de Carirubana	Directora de la Comisión de Turismo de Carirubana	Marí Ávila

Fuente: elaboración Propia.

**Opinión de los entes rectores sobre la preparación de los empleados de comercios de zona libre para ofrecer servicios con calidad y así, lograr la satisfacción del visitante a través de la práctica de su oficio.**

- Corporación de Turismo del estado Falcón.

“Todos tenemos como ofrecer un servicio con calidad, el problema es saber el como, por parte de nosotros como Corporación y ente rector debemos darle la debida capacitación para buscar el cambio de mentalidad del prestador del servicio el cual solo busca su remuneración y ya”

- Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA

“ si, es importante destacar que el paraguano por naturaleza en una persona cordial, es una persona que presta hacer hospitalario y obviamente eso le permite ofrecer un servicio con su eficiencia en su atención a pesar de no tener las herramientas técnicas que le permitan ofrecerlo con mejor calidad, es decir con naturaleza empírica, obviamente esto tiene que ver con el plan de capacitación que nosotros como ente rector ofrecemos, buscando que este personal hoy en día se prepare con herramientas que le permitan ofrecer sus servicios con mejor calidad”

➤ Alcaldía de Carirubana: Comisionada de Turismo

“La cultura del servicio aquí es muy pobre. Yo pienso, que le falta capacitación y preparación a los prestadores de servicios pero también creo que hay altos niveles de rotación en esos locales comerciales, entonces no hay el interés de prepararlos porque el trabajo es temporal, solo les interesa a los empleados obtener un ingreso, entonces, pienso que hace falta crear personal. Claro esta, la gente la estamos preparando poco a poco para que presten un buen servicio y los resultados se evidenciarían a largo plazo pues cambiar la mentalidad de estos prestadores de servicios turísticos es un proceso bastante lento”.

Se puede observar por medio de las respuestas de cada uno de estos entes rectores de la actividad turística del municipio Carirubana, que la necesidad de capacitación en los prestadores de servicios turísticos como lo son los empleados de comercios de zona libre es una debilidad en este municipio y se hace necesario su implementación en los mismos para que se encuentren preparados formalmente para ofrecer servicios con mejor calidad y así lograr la satisfacción del visitante a través de la practica de su oficio

**Opinión de los entes rectores acerca de la importancia del fomento de una cultura turística en los empleados de comercios de zona libre.**

- Corporación de Turismo del estado Falcón.

“Claro, tenemos que cambiar la mentalidad del falconiano en solo darle importancia a la remuneración de sus servicios prestados y lograr la motivación e interés de los mismos en ofrecer servicios con calidad”

- Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA

“Obviamente si, somos parte de una comunidad receptora de turismo y por ende debe destacarse el rol de cada uno de los habitantes y de los prestadores de servicios que tenemos en la Zona Libre, para así garantizar la satisfacción de nuestros clientes y visitantes”.

➤ Alcaldía de Carirubana: Comisionada de Turismo

“Si es importante porque de nada sirve tener los mejores atractivos y recursos si la gente no presta un buen servicio sin eso no puede haber un desarrollo competitivo del destino”.

De acuerdo a estos resultados se puede observar la percepción positiva de cada uno de los entes rectores de la actividad turística ante la gran importancia y necesidad del fomento de una cultura turística en los prestadores de servicios de los comercios de zona libre y en los residentes en general.

**Opinión de los entes rectores acerca de la implementación o no de planes y /o proyectos para fomentar la cultura turística de los empleados de comercios de zona libre del Cardón del municipio Carirubana.**

➤ Corporación de Turismo del estado Falcón.

“Si, contantemente estamos implementando proyectos en pro al fomento de la cultura turística con los taxistas, posaderos, hoteles y en educación básica principalmente. Ellos la solicitan ante la Corporación y nosotros dependiendo de las necesidades damos las herramientas necesarias atendiendo a las debilidades que presentan los mismos”.

- Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA

“ Si, exactamente La Corporación tiene un plan para la capacitación del recurso humano dentro de la Zona Libre de Paraguana, para ello nosotros tenemos establecidos la ejecución de cursos multiplicadores del programa de sensibilización, dirigido no solo a prestadores de servicios de comercios de zona libre , sino, también dirigido a docentes, estudiantes, consejos comunales, taxistas y posaderos”.

- Alcaldía de Carirubana: Comisionada de Turismo

“Si, conjuntamente con CORFALTUR e INCE para la buena prestación del servicio Turístico”.

De los resultados emanados se puede contactar que los entes rectores responsables de la actividad turística se encuentran implementando proyectos cursos y talleres de manera contante para fomentar la cultura turística en pro de mejorar la calidad en el servicio prestado, no solo a los empleados de comercios de zona libre sino, que se extienden a más prestadores de servicios como taxistas, posaderos y hoteleros.

**Opinión de los entes rectores acerca de los organismos e instituciones que se encuentran a cargo para ejecutar los planes y proyectos para el fomento de una cultura turística en los empleados de comercios de zona libre.**

➤ Corporación de Turismo del estado Falcón.

“Los responsables de primer orden somos nosotros como Corporación estatal de Turismo aquí en Falcón y conjuntamente con Corpotulipa y las diferentes alcaldías del estado, hemos venido trabajando para el afianzamiento de nuestra Cultura Turística”.

➤ Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA

“Bueno, a parte de nosotros como CORPOTULIPA, tengo conocimiento sobre varios programas de capacitación y sensibilización que esta implementando contantemente la Alcaldía del Municipio Carirubana en pro de la Cultura Turística de los residente de esta localidad”.

➤ Alcaldía de Carirubana: Comisionada de Turismo

“Nosotros trabajamos conjuntamente con CORFALTUR e INCE para implementar nuestros planes y programa destinados como único fin, a la buena prestación de los servicios turísticos.

Los tres entes principales responsables de la actividad Turística en el municipio en cuestión: CORFALTUR, CORPOTULIPA y La Alcaldía de Carirubana, se encuentran de manera mancomunada implementando

programas para el fomento de una Cultura Turística en la población residente y por ende en los prestadores de servicios turísticos que se encuentran en esa localidad.

**Opinión de los entes rectores acerca del monitoreo de los planes y programas encaminados hacia el fomento de una cultura turística.**

- Corporación de Turismo del estado Falcón.

“Constantemente tenemos comunicación con el personal a quienes hemos dirigido esos proyectos y programas, ellos al tener la primera capacitación se dan cuenta de sus principales debilidades que tienen bien sea como grupo, localidad o destino y vienen y nos solicitan más capacitación, de esta forma el conocimiento se continua nutriendo”.

- Corporación para la Zona Libre y el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná CORPOTULIPA

“Si, siempre tratamos de darle continuidad a estos programas y verificar que más fallas tienen estos grupos de personas a quienes ya hemos asistido para atenderlas a tiempo”.

- Alcaldía de Carirubana: Comisionada de Turismo

“Si, lo monitoreamos para ver si realmente funciona, debido a que es difícil primero por la

contante rotación de personal que hay en estos puestos de trabajo de comercios de Zona Libre y segundo por la mentalidad anticuada que tenemos los Paraguaneros de solo vivir de la actividad petrolera y la dificultad que se nos presenta al tomar en cuenta al Turismo como otra actividad económica.

Según los resultados obtenidos, se puede afirmar que los entes rectores monitorean de manera contante los planes y proyectos que estos van ejecutando.

Por medio del material recopilado, emanado por estos tres entes rectores de la actividad turística del municipio Carirubana entrevistados, se presenta la siguiente descripción detallada sobre los planes y/o programas de acción, que estos han ejecutado para el fomento de una cultura turística en la población del municipio Carirubana del estado Falcón (Cuadro Nro.2)

**CUADRO NRO. 2. PLANES Y PROGRAMAS EJECUTADOS POR LOS ENTES RECTORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA PARA EL FOMENTO Y CONSOLIDACIÓN DE UN CULTURA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO CARIRUBANA**

<b>Organismo (s)</b>	<b>Nombre del proyecto</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Beneficiario (s)</b>	<b>Fecha de ejecución</b>
<b>CORFALTUR</b>	-Programa de sensibilización sobre valores humanos coadyuvantes a una cultura turística	sensibilizar sobre valores coadyuvantes a un Cultura Turística	Alumnos de la 2da etapa de educación básica del Distrito Escolar Nro. 8.	2004-2005  (Año escolar)
<b>Alcaldía de Carirubana</b>	Proyecto: Valorización del patrimonio histórico-cultural y natural del municipio Carirubana	Contribuir a valorizar el patrimonio histórico-cultural y natural del municipio Carirubana además de fortalecer a las escuelas como	Escuelas de educación Básica del municipio Carirubana	2006

		entes sensibilizador turístico		
<b>CORFALTUR</b>	Perfeccionamiento de los integrantes y vinculados al sistema turístico, para el desarrollo integral de la actividad turística del estado.	Servir de complemento multiplicador a la consolidación y masificación de la cultura turística del falconiano, con el fin de fortalecer el talento humano para el desarrollo sustentable del turismo.	Autores involucrados en el desarrollo de las actividades turísticas	<b>2007</b>
<b>CORFALTUR</b>	Fortalecimiento de la cultura turística del falconiano	Consolidar la cultura turística de la comunidad falconiana a través de programas de sensibilización y capacitación, con el fin de	<b>Comunidad Falconiana</b>	<b>2007</b>

		difundir nuestros valores turísticos, hacia la masificación del turismo sustentable		
<b>CORFALTUR</b>	Programa de turismo y recreación	Incentivar el turismo interno en el falconiano, a través de un premio estímulo, implementando actividades de animación y recreación  fomentando la cultura turística en pro a la consolidación del producto turístico del estado falcón.	<b>Comunidad falconiana</b>	<b>2007</b>
<b>CORPOTULIPA</b>	Programa: Plan de capacitación de recursos humanos para	Recurso humano preparado de manera formal en materia	Comunidad de la Península de	Abril del 2008

	el fomento de la zona libre en Paraguana	comercial y turística	Paraguana	
<b>CORFALTUR</b> <b>CORPOTULIPA</b>	Curso: Hazte emprendedor de servicios turísticos	Contribuir con la consolidación de la actividad turística en el estado Falcón	Comunidad Falconiana	Septiembre del 2008

Fuente: elaboración propia

## ANÁLISIS

Los resultados obtenidos derivados de la información recopilada de los entes rectores de la actividad turística del municipio Carirubana del estado Falcón, con respecto a su posición como responsables de la actividad ante el fomento de una cultura turística, nos demuestra una notable coincidencia entre los mismos, con respecto a la poca preparación y falta de interés que tienen los prestatarios de servicios turísticos para brindar servicios con calidad y buena atención a los visitantes y clientes, que estos atienden diariamente durante su faena laboral, motivado esto, solo por su pago remunerado mas que por su crecimiento integral y participación activa comprometida con la actividad turística; unido a esto la poca motivación externa por parte del patrono, en preparar a su personal contratado principalmente, para la atención al publico y buena prestación del servicio, pues los niveles de rotación de personal en este tipo de comercios es muy alto y los empresarios no ven rentable la capacitación de los mismos, si al fin y al cabo a menos de tres meses ya no contarán con su apoyo, dejando de

esta manera de lado el valor agregado que esta posible preparación en los empleados trae consigo, aumentando así la cantidad de visitantes y clientes en su local motivados por la buena prestación del servicio en el mismo.

Ante esta situación los tres entes principales de la actividad turística del municipio Carirubana han venido trabajando arduamente desde mediados del año 2005 hasta nuestros días, para solventar dicha problemática, creando e implementando de manera conjunta, coordinada y contante proyectos encaminados a la realización cursos, programas y talleres de capacitación y preparación formal a los prestadores de servicios turísticos en todas sus ramas así como la de la población residente en general a fin de brindarles sólidos conocimientos sobre el destino y sobre la actividad turística así como la preparación hacia una actitud favorable para con la actividad y los turistas como tal, a fin de sentar bases solidas para que a mediano y largo plazo se consiga la consolidación de una Cultura Turística y todos los beneficios que esta trae consigo al destino y a la población como tal.

*Si he logrado ver más lejos es porque me he  
puesto sobre los hombros de gigantes”  
Newton*

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



## **CONCLUSIONES**

- ✓ Los empleados de los comercios de zona libre según su perfil sociodemográfico son en su mayoría mujeres jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 28 años solteras procedentes y residenciados en la ciudad de Punto Fijo del estado Falcón, su nivel de formación es principalmente el nivel superior y poseen una carga familiar de 1 a 3 personas.
- ✓ El puesto de trabajo en la empresa en la cual trabajan los empleados de comercios de zona libre, corresponde mayormente a la de cajeros (a) y vendedores cuyos ingresos mensuales son aproximadamente de 600 Bs a 1200 Bs y sus gastos mensuales son de 801 bs a 1600 Bs, superando así a los anteriores, el tiempo de antigüedad en la empresa de la mayoría de los empleados es de 6 meses a 1 año, todos ellos en su 96% no ha recibido capacitación turística por parte de la empresa.
- ✓ En su mayoría los empleados de los comercios de zona libre poseen un nivel regular del conocimiento sobre su localidad y sobre el acontecer turístico comercial que presenta el municipio Carirubana, principalmente sobre los atractivos con los que cuenta y su tradicional gastronomía, así como de los principales efectos positivos de la actividad turística conjuntamente con los de la actividad comercial: la gran generación de empleos en estos últimos años así como los efectos negativos en cuanto al incremento de la delincuencia y congestionamiento de tráfico vehicular existente en las principales ciudades del municipio y del estado en general. De esta manera, los empleados aunque no poseen sólidos conocimientos, poseen una base que les permite participar en la actividad turística y ofrecer

servicios a los clientes turistas y locales en condiciones aceptables pero no orientadas a un servicio de excelencia y calidad.

- ✓ Los empleados demuestran una actitud indiferente ante el reflejo de sus valores, actitudes y costumbres a los turistas, pues se encuentran desmotivados y desinteresados en participar y contribuir al desarrollo turístico de la zona, debido principalmente a la falta de motivación y capacitación en el área turística por parte de la empresa y a la escasa garantía de permanecer laboralmente en la misma.
- ✓ Los turistas presentan una actitud indiferente a nivel general en cuanto a los principales elementos de la Cultura Turística: valores, actitudes y costumbres de los empleados de los comercios de zona libre, reflejando así, la poca impresión positiva que estos causaron en los turistas en cuanto al trato, y a la prestación del servicio turístico.
- ✓ Los entes encargados de velar por el desarrollo turístico del municipio Carirubana CORFALTUR, CORPOTULIPA y la Alcaldía del municipio en cuestión, concuerdan con la opinión sobre la poca preparación y falta de interés que tienen los prestatarios de servicios turísticos para brindar servicios con calidad y buena atención a los visitantes y clientes, que estos atienden diariamente durante su faena laboral.
- ✓ Los entes rectores de la actividad recientemente se encuentran trabajando arduamente y mancomunando esfuerzos de manera coordinada para la capacitación e inducción tanto de los prestadores de servicios turísticos como para la población residente por medio de cursos y talleres dirigidos hacia la atención del cliente, una buena prestación del servicio, conocimientos sobre la actividad turística y la

localidad a fin de capacitarlos en materia turística concientizarlos sobre la actividad y obtener como beneficio para el desarrollo de la actividad, el destino y la población residente, el ofrecimiento de servicios turísticos con calidad a los turistas que visitan al destino.

- ✓ Los resultados obtenidos a través de esta investigación, indican que los empleados de los comercios de zona libre de la localidad el Cardón del municipio Carirubana **no poseen los elementos necesarios que conforman lo definido por la Secretaría de Turismo de México SECTUR como Cultura turística**. Sin embargo, presenta un sentido de pertenencia en su cultura tradicional, pese a no ser transmitida a los turistas. Actitud que puede conseguirse fortaleciendo el reconocimiento de esta con una adecuada implementación de cursos, programas y talleres de capacitación e inducción en materia turística, comercial y cultural en los mismos, por parte de los entes rectores de la actividad.

## **RECOMENDACIONES**

- Crear programas para la formación de una Cultura Turística dirigido a la población en general a fin de reforzar sus conocimientos, costumbres, valores y actitudes, para con la actividad turística comprometiéndolos y haciéndolos formar parte activa de la misma.
- Incentivar a la comunidad residente a recibir preparación y conocimientos formales en materia turística por parte de los entes rectores de la actividad, a fin de consolidar bases para la aceptación del turismo como actividad económica alternativa a la principal y más antigua actividad económica del estado, representada por la actividad Petrolera.
- Responsabilizar de manera obligatoria a los propietarios de locales comerciales de zona libre, la capacitación de sus empleados en materia turística, de manera armónica con sus actividades laborales diarias, como requisito indispensable para operar bajo el régimen de Zona Libre en la Península de Paraguaná, a fin de recibir un aporte del mismo para con sus trabajadores y comunidad y así reforzar la formación integral de los mismos al mismo tiempo que este recibe un valor agregado en su empresa, al recibir mayor captación de clientes motivados por la buena atención y prestación en el servicio.
- Mancomunar esfuerzos entre los tres principales entes rectores de las actividades turísticas y comerciales (CORPOTULIPA, CORFALTUR, Alcaldía de Carirubana: Oficina de Turismo) a fin de brindar a la comunidad en general y a los prestadores de servicios turísticos en sus diferentes ramas programas, cursos y talleres encaminados a la

formación y posterior consolidación de una Cultura Turística Falconiana encaminada al desarrollo sustentable de la actividad turística del estado Falcón.

## REFERENCIAS

- Arias, Fidas. (2006). El proyecto de la Investigación. Introducción a la metodología científica (5ta, edición). Venezuela. Editorial Episteme
- Boullón, Roberto. (1990). Municipios Turísticos. México. Editorial Trillas
- Cultura turística: tianguis Acapulco (2006) [On-line]. Disponible en [www.tamaulipas.gob.mx/gobierno/secretarias/sec\\_turismo/cultura\\_turistica.htm](http://www.tamaulipas.gob.mx/gobierno/secretarias/sec_turismo/cultura_turistica.htm) - 10k
- De Kadt, Enmanuel (1979). Tourism, Passport to Development? Oxford University Press, USA.
- Di Bella, G (1995). Ética Profesional: El turismo como ejemplo. Santa Fe de Bogotá.
- Diccionario pequeño Larousse Ilustrado (1998)
- García, Carlos. (2005). Cultura turística. Caso: Comerciantes de Artículos Religiosos de el Valle del Espíritu Santo, Isla de Margarita. Trabajo de grado no publicado, Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta.
- Gobernación del estado Falcón, Corporación de Turismo del estado Falcón CORFALTUR (2006-2007). Informe cuantitativo de prestadores de servicios turísticos del estado Falcón.
- Gómez y Sabeh (2004). Calidad de vida: Evolución del concepto y su influencia en la investigación y la práctica. Reproducción electrónica del

libro disponible en:  
<http://www3.usal.es/inico/investigacion/invesinico/calidad.htm>.

González, Gerardo.(1990). Gerencia del Servicio. Palanca estratégica de su Organización. Incolda.

González, Maricela. (2001). Turismo y recreación en niños de edad pre-escolar del municipio Carirubana. Trabajo de grado no publicado, Instituto Universitario José Leonardo Chirinos, estado Falcón.

Hernández, Roberto. (2003). Metodología de la Investigación. (Tercera edición) México. Editorial Trillas

Herskovits, M (1974). El hombre y sus obras. Editado por el Fondo de Cultura Económica. México.

Horovitz, Jacques (1998). La calidad del servicio a la conquista del cliente. (1era edición) España. Editorial Nomus S.A

Hurtado, Jacqueline.(2000). El proyecto de Metodología de la Investigación Holística Fundación Sypal. Caracas.

Larez, Angie. (2004). Propuesta de un museo histórico-cultural para incentivar la actividad turística en la Península de Paraguaná con sede en el municipio Carirubana. Trabajo de grado no publicado, Instituto Universitario José Leonardo Chirinos, estado Falcón.

Ley de Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná (1998). Decreto N° 36.517, Agosto 14, 1998

Lugo, Felimar; Salazar Yelitza. (2003). Diseño y aplicación de un programa de actividades turísticas de la Península de Paraguaná para jóvenes con necesidades especiales. Caso: Asociación Falconiana de padres y amigos a niños excepcionales AFALPANE. Trabajo de grado no publicado, Instituto Universitario José Leonardo Chirinos, estado Falcón.

Malaver , Tamara. (2005). Manual de Instrucción para el participante. Gestión de la Calidad total en la empresa turística, Venezuela.

Mathieson Alister, Wall Geoffrey (1990). Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales. (Primera edición) México. Editorial Trillas.

OMT- Amparo Sancho. (1998). Introducción Al Turismo. Organización Mundial del Turismo. Madrid.

Organización Mundial del Turismo (1999): Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Publicado por la OMT, Madrid-España.

Reza, J. (2000) ¿Cómo diagnosticar las necesidades de capacitación en las organizaciones? Editorial Panorama. México.

Santana Agustín (1997). Antropología y turismo: ¿Nuevas ondas, viejas culturas? (primera edición) Barcelona, España. Editorial Ariel S.A.

Secretaria de Turismo de México (2004). Análisis de la Cultura Turística de baja California [On Line] Disponible en:  
[http://www.descubrebajacalifornia.com/cul\\_tur/diagnostico.htm](http://www.descubrebajacalifornia.com/cul_tur/diagnostico.htm)

Secretaria de Turismo de México (2004). Cultura turística [On-line]. Disponible en  
[http://www.sectur.gob.mx/click/sectur/sect\\_cultura\\_turistica/12612/](http://www.sectur.gob.mx/click/sectur/sect_cultura_turistica/12612/)

# ANEXOS



Artículo de prensa, extraído del diario Nuevo Día de la página 10 del día 14 de Abril del 2008 .

## Corpotulipa inicia plan de Capacitación Turística

**Adriana Mundaray**  
Foto / Anavid Quevedo

Como parte de las actividades enmarcadas en la campaña "Yo Creo en Paraguaná", Corpotulipa llevará a cabo este 16 de abril a partir de las 8:00 de la mañana el foro "Nuevas Perspectivas de Desarrollo Comunitario", dirigido al colectivo, en el ateneo Rubén Ismael Padilla de Punto Fijo.

Greenchie Borregales, gerente de planificación y desarrollo en la Corporación, explicó que las ponencias estarán a cargo de expertos en turismo y proyectos comunitarios.

Dijo que la intención es despertar el interés en los consejos comunales con el fin de impulsar la formulación de proyectos socio-comunitarios, dar a conocer las experiencias de Corpotulipa con las comunidades y, a través de la aplicación de un instrumento, detectar necesidades de capacitación.

El plan se desarrollará de acuerdo con el cronograma mensual, y comprenderá ciclos de charlas, talleres, cursos dirigidos a docentes, estudiantes, prestadores de servicio (taxistas, posaderos), gremio periódico y comunidad en general.

Por otra parte, Rita Thenías, coordinadora y diseñadora de cursos del ente, destacó que la campaña persigue incentivar al paraguano en participar en su propio desarrollo económico-social.

Los cursos dispuestos abarcan atención al cliente, valorización ambiental, sensibilización turística, patrimonio cultural, entre otros.



Greenchie Borregales y Rita Thenías invitaron al colectivo a participar

Fuente: Diario Nuevo Día, pág. 10 fecha 14 de Abril del 2008.

Nombre de archivo: Br Jennifer A, Gutierrez M.  
Directorio: C:\Documents and Settings\UDO\Mis documentos\Tesis Juan Carlos  
Plantilla: C:\Documents and Settings\UDO\Datos de programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dot  
Título:  
Asunto:  
Autor: Usuario  
Palabras clave:  
Comentarios:  
Fecha de creación: 28/01/2009 11:15:00  
Cambio número: 23  
Guardado el: 28/01/2009 16:25:00  
Guardado por: UDO  
Tiempo de edición: 109 minutos  
Impreso el: 28/01/2009 16:26:00  
Última impresión completa  
Número de páginas: 125  
Número de palabras: 21.000 (aprox.)  
Número de caracteres: 111.722 (aprox.)