



UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.
INCORPORACIÓN No. 8727-02
A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Propuesta de un modelo de
capacitación y
adiestramiento dirigido a
empresas del sector turístico
en la región de Uruapan,
Michoacán.**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Administración

Presenta:

Jonathan Marcelino Quiroz Godinez

Asesor:

L.A. María Eugenia Rivera Álvarez



Uruapan, Michoacán., 27 de agosto de 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I:	8
LA ADMINISTRACIÓN	8
1.1 ANTECEDENTES DE ADMINISTRACIÓN	8
1.2 CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN	11
1.2.1 CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN	12
1.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN	13
1.2.3 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN	14
1.2.4 LOS 14 PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN SEGÚN HENRY FAYOL	17
1.3 PROCESO ADMINISTRATIVO	19
1.3.1 PREVISIÓN	23
1.3.2 PLANEACIÓN.....	25
1.3.3 ORGANIZACIÓN	26
1.3.4 INTEGRACIÓN	28
1.3.5 DIRECCIÓN.....	29
1.3.6 CONTROL.....	30
CAPÍTULO II:	32
LA EMPRESA	32
2.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA.....	32
2.2 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	34
2.3 EL SECTOR TURÍSTICO	42
2.3.1 LA EMPRESA TURÍSTICA	43
2.3.2 TIPOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS.....	44
2.3.3 CLASIFICACIÓN DE TURISTAS	46
CAPÍTULO III:	48
RECURSOS HUMANOS: LA CAPACITACIÓN COMO UNA HERRAMIENTA PARA MEJORAR LOS SERVICIOS.	48
3.- LOS RECURSOS HUMANOS.....	48
3.1 OBJETIVOS	49
3.2 CAPACITACIÓN	53

3.3 IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN.....	54
3.4. MARCO JURÍDICO DE LA CAPACITACIÓN EN MÉXICO	56
3.4.1 FORMATOS DE CAPACITACIÓN	58
3.5 INVERSIÓN EN LA CAPACITACIÓN	59
3.6 TIPOS DE CAPACITACIÓN.....	61
3.6.1 CAPACITACIÓN EN EL TRABAJO.....	61
3.6.2 CAPACITACIÓN DE APRENDICES.....	61
3.6.3 CAPACITACIÓN A DISTANCIA.....	62
3.6.4 “CAPACITACIÓN POR COMPUTADORA / E-LEARNING	62
3.6.5 “MENTORING	63
3.6.6 COACHING	63
3.7 PLAN DE CAPACITACIÓN.....	65
3.8 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN.....	67
3.9 PROCESO DE CAPACITACIÓN.....	69
3.9.1 DETECTAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN	70
3.9.2 DISEÑO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	70
3.9.3 EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	71
3.9.4 ADIESTRAMIENTO O ENTRENAMIENTO	72
3.10 ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	74
3.10.1 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	75
3.10.2 FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	77
3.11 LA MOTIVACIÓN COMO UN OBJETIVO DE LA CAPACITACIÓN.....	81
3.11.1 DEFINICIÓN DE MOTIVACIÓN.	81
3.11.2 TEORIAS DE MOTIVACIÓN	83
3.11.3 TEORÍAS DE CONTENIDO.....	83
3.11.4 IMPORTANCIA DE LA MOTIVACIÓN	87
3.11.5 POR QUE INVERTIR EN MOTIVACIÓN.....	88
CAPÍTULO IV:	90
LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURISTICOS.	90
4.1 CALIDAD EN EL SERVICIO.....	92

4.2 IMPORTANCIA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO	94
CAPÍTULO V:	96
CASO PRÁCTICO CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO COMO PRINCIPAL FACTOR EN EL CAMBIO DE IMAGEN DE LA CIUDAD DE URUAPAN.	96
5.1 JUSTIFICACIÓN DE ESTA INVESTIGACIÓN.....	96
5.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN PARA UTILIZAR.....	97
5.3 FORMATO PARA INVESTIGACIÓN DIRECTA EN LOS SITIOS TURÍSTICOS DEFINIDOS.	99
5.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....	105
5.5 PROPUESTA	119
5.6 EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN.....	121
5.7 OBJETIVO DEL PROGRAMA DE CAPACITACION.....	121
5.8 COMPETENCIAS A DESARROLLAR MEDIANTE EL CURSO	122
5.9 Formato de programa de capacitación	123
5.10 CONCLUSIONES	127
6. BIBLIOGRAFÍA.....	130
7. ANEXOS	133

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto es parte de una investigación dirigida al sector turístico de la ciudad de Uruapan Michoacán en el cual se expondrán varios puntos los cuales están afectando la imagen turística.

Dentro de la presente se pretende realizar una propuesta de un modelo de capacitación y adiestramiento dirigido a empresas del sector turístico.

Éste último para nuestro país representa una fuente de ingresos muy importante, sin embargo se identifican algunas carencias que se pueden modificar para brindar un mejor servicio a los turistas y generar mayores ingresos. Por tal motivo se pretende realizar esta propuesta.

Dentro de esta investigación se plantean objetivos específicos tales como identificar el perfil y las necesidades del personal dedicado a este sector, así generar un cambio adecuado en el trato del cliente, e Integrar cuestiones motivacionales para el personal de la empresas turísticas.

La hipótesis que se pretende comprobar con esta investigación, es que a través de un modelo de capacitación y adiestramiento, dirigido a empresas del sector turístico de la región, se mejorará la imagen turística.

El problema que se ha detectado, es la mala imagen que se tiene de la ciudad en diferentes puntos de la región y el Estado, Uruapan se encuentra como uno de los puntos más señalados debido a la calidad de los servicios por tal motivo que con la

investigación que se realizará se pretende encontrar los factores que la afectan y así mejorarla para lograr que sea un gran destino turístico.

Se realizarán encuestas, entrevistas y observación de los sitios turísticos para encontrar y definir los factores que están afectando la imagen.

Al definir o encontrar los puntos se procederá a realizar una serie de programas y capacitaciones a fin de corregir la imagen que se tiene, así como aumentar la derrama económica que el turismo representa.

Dentro de la investigación se podrá encontrar diferente información sobre el tema iniciando en el capítulo I donde se abordará principalmente el concepto y acepciones de la administración, se analiza información como antecedentes, conceptos y proceso administrativo, para resaltar la importancia que esta tiene.

Continuando se incluye información detallada sobre las características de las empresas en el capítulo II , su definición, clasificación más específicamente sobre empresas del sector turístico y sus diferentes vertientes, las cuales son de suma importancia para esta investigación, ya que son las empresas turísticas de la región el principal objetivo.

Dentro del capítulo III se analizarán los recursos humanos con el fin de utilizarlos como una herramienta para cambiar en parte la imagen turística, dentro de este apartado se encontrarán definiciones como: la capacitación, adiestramiento, el marco jurídico que los rige.

Así como también se proporciona información acerca de la importancia de invertir en la capacitación del personal, ya que tener un capital humano bien formado y capacitado es de gran ayuda para impulsar el crecimiento de las empresas, además de que se describen varios tipos de capacitación, algunos procesos y diseños de capacitaciones.

Dentro del capítulo IV se abordará el tema de la calidad y la calidez en el servicio de las empresas turísticas, ya que se puede notar muy fácilmente la calidad de los servicios que se ofrecen en estos centros turísticos, así como la calidez con la cual tratan y reciben a los visitantes, esto permite determinar la importancia de lograr que los servicios que se proporcionen sean de la más alta calidad con un excelente trato, cordialidad y calidez para con los visitantes, ya que es gracias a ellos que la derrama económica puede aumentar o disminuir.

Por último en el capítulo V se podrá dar a conocer el resultado concreto de la investigación desde cómo se obtiene la muestra para iniciar, así como también el formato de las encuestas y el análisis de los datos obtenidos, gracias a lo ya mencionado, también es de suma importancia mencionar, que se presentan algunas propuestas para mejorar estas situaciones así como las conclusiones de la investigación.

CAPÍTULO I:

LA ADMINISTRACIÓN

Como inicio de la investigación se abordarán a una serie de temas en el cuál se puede encontrar información sobre los antecedentes de la administración, además de diferentes puntos de vista de lo que es concepto y definiciones de administración así como diferentes procesos por los cuales es formada dependiendo del autor del que se aborda.

1.1.- ANTECEDENTES DE ADMINISTRACIÓN

Para poder adentrarnos en el concepto y definición de la administración hoy en día es necesario indagar primeramente en sus antecedentes, y como es que la administración ha sido parte fundamental en la historia de la vida para la existencia de los seres humanos y su desarrollo en la sociedad, ya que gracias a ésta, es que todas las culturas, desde la época primitiva, el feudalismo, la revolución industrial, siglo xx y en la actualidad , pudieron organizarse con el fin último de llegar a satisfacer sus necesidades tanto básicas, como materiales y así poder resolver los problemas con los que día a día los seres humanos experimentan.

Para la administración como tal, no existe una fecha específica en la cual esta apareció por primera vez, esto es debido a que la administración es empleada en cierto grado, desde que el hombre apareció en la tierra, esto lo hacían con el fin de que sus actividades para poder subsistir fueran más efectivas.

En la época primitiva los jefes de familia eran los encargados de ejercer la autoridad, esto ya que el trabajo estaba dividido por edades y sexo y así de esta manera al formar el hombre los primeros grupos para la caza, recolección o pesca surgió de manera mínima la administración.

Posterior a la época primitiva, surge lo que es la época grecolatina en el cual surge el esclavismo y aquí la administración se caracteriza por seguir una dirección estricta.

Continuando con la historia, surge la época feudal en la cual los señores feudales eran los encargados de la administración de todos los cultivos y control de los ciervos.

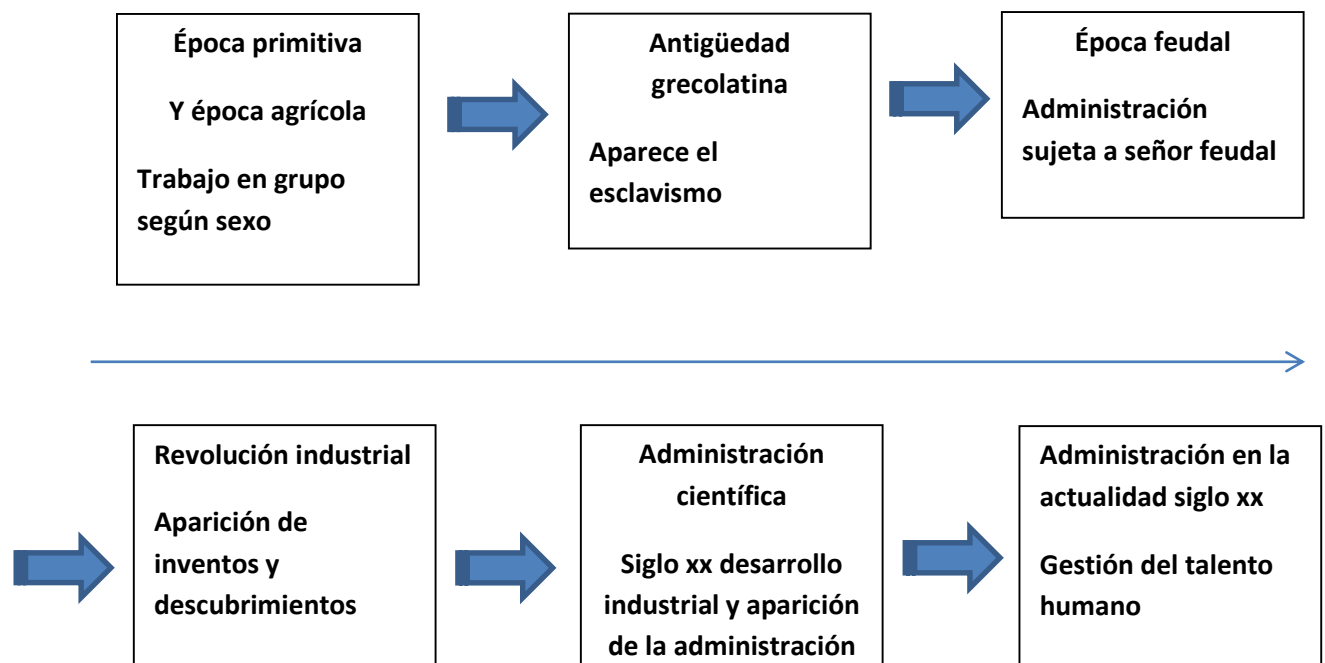


Grafico evolución de la administración

(Elaboración propia)

Al término de la época feudal, los siervos se convirtieron en trabajadores independientes para así dar paso a la formación de talleres y de ahí llegar a lo que es la revolución industrial, en la cual aparecen por primera vez los inventos como la máquina de vapor y esto da paso también a la evolución de los talleres y la creación de las líneas de producción en las cuales se caracterizaban por ser inhumanos con las condiciones de trabajo.

El siglo xx se ve caracterizado por la creación de inventos tecnológicos e industriales que dieron pie a la consolidación de la administración para lograr controlar todos y cada uno de los problemas que se presentan en los trabajos de esa época. (Münch y García, 2003:17,20)

Todos estos conceptos que para los autores ya mencionados son los antecedentes de la administración y como su estudio ha dado pie a grandes civilizaciones, para que estas logren salir delante de los problemas que día a día se enfrentan y también así cumplir o satisfacer las necesidades de la población ya que como es de saber en cada paso de la vida siempre es necesario realizar todo el proceso administrativo desde lo más simple hasta lo más complicado.

1.2.- CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

Dentro de este citado capítulo, se presenta algunos conceptos de administración definidos por los más destacados escritores sobre el tema, se abordaran, características y diferencias entre las definiciones de los diferentes autores así como la etimología de “administración”, esto con la finalidad de dar a entender a el lector, la manera más fácil de comprender la administración, al citar los grandes autores y crear un concepto el cual sea entendido.

“la palabra administración se forma con el prefijo *ad*, hacia y con *ministratio*; esta última palabra que proviene a su vez de *minister*, vocablo compuesto de *minus*, comparativo de inferioridad y del sufijo *ter*, que funge como término de comparación.

La etimología del vocablo *minister* es, pues, *diametralmente* opuesta a la de *magister*: de *magis*, comparativo de superioridad, y de *ter*.

Si “*magis*” (magistrado) indica una función de preeminencia o autoridad – el que ordena o dirige a otros en una función- “*minister*” expresa precisamente lo contrario: subordinación u obediencia, el que realiza una función bajo el mando de otro, el que presta un servicio a otro.

Así la etimología de administración da la idea de que esta se refiere a una función que se desarrolla bajo el mando de otro, de un servicio que se presta, servicio y subordinación son, pues, los elementos principales obtenidos.” (Reyes, 2015: 2)

Con base en definiciones etimológicas se puede decir que administración es una función en la cual un subordinado realiza diferentes funciones, obedeciendo al mandato de un superior al cual le prestan un servicio a cambio de una remuneración económica.

Esto dando como resultado un intercambio entre dos o más individuos de los cual ambas partes obtienen un beneficio deseado siempre y cuando la administración se lleva como debe ser.

1.2.1 CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN

“la administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de coordinar a un organismo social.”(Reyes, 2015:14)

“el esfuerzo coordinado de un grupo social para obtener un fin con la mayor eficiencia y el menor esfuerzo posibles.” (Münch, 2003:25)

“es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado.”(Fernández, citado por reyes; 2015; 3)

La administración no significa ejecutar tareas u operaciones, sino lograr que sean ejecutadas por otras personas en conjunto. El administrador no es aquel que ejecuta tareas, sino, el que consigue que otros las realicen. La administración logra que las

personas cumplan las tareas para llevar las organizaciones al éxito. Esto pues ya que la administración no es una ciencia exacta, sino más bien una ciencia que interactúa socialmente, pues al tratar con personas, organizaciones y empresas no solo con números.

Dentro de este capítulo se ha revisado las diferentes definiciones y significados que grandes autores como Münch, Reyes, Arenas entre otros grandes expertos le han dado al concepto de administración y su importancia para la sociedad y las organizaciones en nuestros días los cuales para los administradores son de vital importancia entender y saber utilizarlos de la manera adecuada.

La administración es un proceso que consta de diversos factores y elementos que en conjunto logran una sinergia adecuada para lograr cumplir los objetivos planteados, no solo aplicando en organizaciones e instituciones sino también a cada persona pues día a día es necesaria para cumplir con sus objetivos.

También se puede definir como el proceso mediante el cual con ciertos factores se logra la realización de proyectos o actividades de forma ordenada y adecuada.

1.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN

La administración tiene algunas características como ciencia las cuales describen su forma de ser las cuales se presentaran a continuación.

“1.- su universalidad. El fenómeno administrativo se da donde quiera que existe un organismo social porque en él tiene siempre que existir coordinación sistemática de

medios. La administración se da por lo mismo en el estado, en el ejército, en la empresa, en una sociedad religiosa etc.

2.- su especificidad. Aunque la administración va siempre acompañada de otros fenómenos de índole distinto. El fenómeno administrativo es específico y distinto al que lo acompaña. Cuando más grande sea el organismo social, la función más importante de un jefe es la administración y disminuye la importancia de sus funciones técnicas.

3.- su unidad temporal. Aunque se distingan etapas, fases y elementos del fenómeno administrativo, este es único y, por lo mismo, en todo momento de la vida de una empresa se está dando, en mayor o menor grado, todos o la mayor parte de los elementos administrativos.

4.- su unidad jerárquica. Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social participan en distintos grados y modalidades de la misma administración.”

(Reyes; 2015; 16)

1.2.3 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

La importancia de la administración radica en muchos factores los cuales se pueden estudiar para lograr un mejor entendimiento de la basta importancia de la misma por lo cual en este apartado se aborda la importancia.

La administración busca los siguientes hechos:

1. La administración se da donde quiera que exista un organismo social, aunque lógicamente sea más necesaria cuando mayor y más compleja sea esta.

2. El éxito de un organismo social depende, directamente e inmediatamente, de su buena administración, y solo a través de estos elementos materiales, humanos, etc. Con los que ese organismo cuenta
3. Para las grandes empresas la administración técnica o científica es indiscutible y obviamente esencia, ya que por su magnitud y complejidad simplemente no podrían actuar si o es a base de una administración sumamente técnica.
4. Para las empresas pequeñas y medianas también quizá su única posibilidad de competir con otras es el mejoramiento de su administración, o sea, obtener una mejor coordinación de sus elementos: maquinaria mercado, calificación de mano de obra, etc., renglones en los que, indiscutiblemente, son superados por sus grandes competidoras.
5. La elevación de la productividad, quizá la preocupación de mayor importancia actualmente en el campo económico social depende, por lo dicho, de la adecuada administración de las empresas, ya que si cada célula de esa vida económica social es eficiente y productiva, la sociedad misma, formada por ellas, tendrá que serlo.
6. En especial para los países que están desarrollándose, quizá uno de los requisitos sustanciales es mejorar la calidad de su administración. Porque para crear la capitalización, desarrollar la calificación de sus empleados y trabajadores. Etc., bases esenciales de su desarrollo, es indispensable la más eficiente técnica de coordinación de todos los elementos, la que viene a ser, por ello, como el punto de partida de ese desarrollo.” (reyes, 2015: 16-17

-Divisiones del proceso administrativo.

-División tripartita descrita por la American Management Association la describe como planeación, organización y supervisión.

-División en cuatro elementos descrito por Terry: planeación, organización, ejecución y control

-División en cinco elementos descrita por Henry Fayol que define los cinco: prever, organizar, mandar, coordinar y controlar de la cual se desprenden muchas más divisiones realizadas por diferentes autores partiendo de esta premisa escrita por Fayol.

1.2.4. LOS 14 PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN SEGÚN HENRY FAYOL

1.- División del trabajo. La especialización promovida por la división del trabajo aumenta los resultados y vuelve más eficiente a los empleados
2.- Autoridad. La autoridad concede al gerente el derecho de dar órdenes. La responsabilidad es el deber o la obligación de cumplirlas. La responsabilidad y la autoridad deben ser proporcionales.
3.- Disciplina. Los elementos deben obedecer y respetar las normas que gobiernan la organización. La disciplina es el resultado del liderazgo eficaz, de la comprensión clara de las normas de la organización y de los castigos adecuados de acuerdo con las infracciones.
4.- Unidad de mando. Cada empleado se debe subordinar solo a un supervisor
5.- Unidad de dirección. Cada grupo de actividades organizacionales debe tener el mismo objetivo y ha de estar dirigido por un gerente a través de un plan.
6.-Subordinación de los intereses individuales a los generales. Los intereses de un empleado o grupo no deben estar por encima de los intereses de la organización en conjunto.
7.- Remuneración. Los trabajadores deben tener salarios adecuados.
8.- Centralización. Se refiere al grado de involucramiento de los subordinados en la toma de decisiones. La toma de decisión se debe centralizar en la administración.
9.- Cadena de mando. Es la línea de autoridad que va desde la cima de la organización hasta el nivel más bajo. Las comunicaciones deben seguir esta cadena.
10.- Orden. Personas y materiales deben estar en el lugar adecuado, en el momento adecuado.
11.- Equidad. El gerente debe presentar atención y ser justo con los subordinados.
12.-Estabilidad del personal. La rotación elevada de personal produce falta de eficiencia. Las personas deben permanecer el tiempo máximo posible en la organización, y la planeación de personal debe

lograr que las sustituciones sean rápidas.

13.- Iniciativa. Los empleados encargados de ejecutar los planes deben mostrar esfuerzo personal.

14.- Espíritu de equipo. Promover el espíritu de equipo crea armonía y unidad en la organización.

Los 14 principios de la administración según Henry Fayol

Henri Fayol era un teórico de la administración francesa cuyas teorías en la administración y en la organización del trabajo fueron extensamente influyentes a principios del siglo XX. Quien en 1949 al ser director de administración público un artículo en el cual describe 14 principios básicos de la administración los cuales se mencionaran a continuación.

Al realizar un análisis de estos 14 principios se puede demostrar que siguen vigentes aun y cuando han pasado los años esto debido a que las premisas descritas por Fayol están pensadas para lograr la mayor eficacia y eficiencia dentro de las organizaciones y son adecuadas y fáciles de adaptar a toda organización la cual necesite de ellas.

Es gracias estos principios que aun en la actualidad se siguen aplicando que se puede decir que la administración es universal y acompaña en su camino a una infinidad d ciencias debido a su adaptabilidad y gran funcionalidad para el logro de resultados, objetivos o metas planteados.

1.3.- PROCESO ADMINISTRATIVO

Dentro del proceso administrativo se abordará su concepto, características y elementos que lo forman, estos descritos por un gran autor como lo es Agustín Reyes Ponce y su forma de pensar y ver como es la administración para él. También se podrá observar a través de qué pasos se deben seguir para lograr cumplir con el fin e importancia de la administración dentro de la sociedad lo necesaria que es para poder tomar decisiones o llegar a organizar a la sociedad, Reyes divide el proceso administrativo en seis elementos fundamentales, los cuales describiremos cada uno más adelante.

“El proceso administrativo se define como una consecución de fases o etapas a través de las cuales se lleva a cabo la práctica administrativa. Algunos autores que estudian dicho proceso lo han dividido de acuerdo con su criterio en tres, cuatro, cinco o seis etapas, pero sólo se refieren al grado de análisis del proceso, ya que el contenido es el mismo que manejan todos. Por eso, en la actualidad, la división cuadripartita, de cuatro fases, es la más aceptada universalmente: planeación, organización, dirección y control.”

(<http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad8.pdf>)

“Todo proceso administrativo, por referirse a la actuación de la vida social, es de suyo único; forma un continuo inseparable, en el que cada parte, cada acto, cada etapa, tiene que estar indisolublemente unido con los demás, y que, además, se dan de suyo simultáneamente.”(Reyes, 2015: 22)

“Según Guzmán Valdivia, el proceso administrativo contiene las etapas de planeación, organización, integración y control. Además, considera la administración como una ciencia, ya que es el conocimiento de las relaciones constantes que guardan entre si los fenómenos de la experiencia. Apoya esta afirmación mencionando algunas características del conocimiento científico que cumple la administración: universalidad, unidad, congruencia sistemática, coherencia metódica y coordinación orgánica.”

<http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1131/docs/unidad11.pdf>

“Proceso significa secuencia sistemática de funciones para realizar las tareas; medio, método o manera de ejecutar ciertas actividades. Se toma la administración como proceso para hacer énfasis en que los administradores, sin importar su nivel ni funciones, se comprometen continuamente en actividades interrelacionadas, como planear, organizar, dirigir y controlar.”(Chiavenato, 2005: 4)

El proceso administrativo es el conjunto de pasos que juntos uno a uno son de gran importancia para dar forma al proceso, ya que uno no puede funcionar sin el otro ya que entre estos existe una reciprocidad que los mantiene unidos para lograr el cumplimiento de los objetivos a través de un método.

Sus etapas del proceso administrativo se dividen en dos etapas básicas

“La primera etapa en todo organismo es la de estructuración o construcción del mismo. En ella, partiendo de una célula, se van diferenciando los tejidos y órganos, hasta que se llega a integrar el ser en toda su plenitud funcional, apta ya para el desarrollo normal de las actividades o funciones que le son propias o específicas.

La segunda etapa es aquella en la que, ya totalmente estructurado el organismo, desarrolla de manera plena las funciones operaciones o actividades que le son propias en toda su variada pero coordinada complejidad, que tiende a realizar la vida de ese organismo.”

Cosas semejantes ocurren en un organismo social en su primera etapa, partiendo de la iniciativa de uno o pocos hombres, todo se dirige a la construcción y estructuración de ese organismo social. (Reyes, 2015: 7)

El proceso administrativo según Ponce se divide en dos fases: la fase mecánica (que comprende la previsión, planeación, y organización) y la fase dinámica (integración, dirección y control. Ver cuadro (Reyes, 2015: 7)

Fase	Elemento	Etapa
A) Mecánica	Previsión	-objetivos -investigaciones Alternativas
	Planeación	Políticas Procedimientos Programas Presupuestos
	Organización	Funciones Jerarquía Obligaciones
B) Dinámica	Integración	Selección Introducción desarrollo
	Dirección	Autoridad Comunicación Delegación Supervisión
	Control	Su establecimiento Su evaluación

El proceso administrativo puede definirse como la secuencia de actividades y métodos para lograr el cumplimiento de los objetivos que se plantean en una organización, el cual se puede dividir en diversas fases empezando por la planeación, organización, ejecución, dirección, control y evaluación con los cuales se puede desarrollar diferentes procesos.

Después de conocer algunas de las definiciones del proceso administrativo así como sus fases se dan a conocer el proceso administrativo descrito por Agustín Reyes Ponce.

Esto debido a que es un proceso mucho más adecuado y extenso para su estudio y así llevar a cabo una mejor investigación basada en las diferentes etapas que el maneja con lo cual se puede profundizar en los elementos de este proyecto.

Ya que es gracias al proceso administrativo que se llevan a cabo una gran cantidad de actividades, se pudiera decir que dentro de todo existe el proceso administrativo, ya que es notable que este se pueda aplicar en todos los ámbitos de la vida diaria de las personas por lo cual su estudio y comprensión es de suma importancia.

1.3.1 PREVISIÓN

La previsión es vista como el primer elemento a la hora de planificar alguna actividad ya que se deberán tomar en cuenta todas las circunstancias que se pudieran presentar.

“Consiste en la determinación, técnicamente realizada, de lo que se desea lograr por medio de un organismo social, y la investigación y valoración de cuáles serán las condiciones futuras en que dicho organismo habrá de encontrarse, hasta determinar los diversos cursos de acción posible” (reyes, 2015: 27)

“La previsión comprende tres etapas.

1. Objetivos en esta etapa corresponde fijar los fines, como estos son de hecho muy diversos y están ligados entre sí, veremos sus diversas clases al hablar de la previsión.
2. Investigación. Se refiere al descubrimiento y análisis de los medios con que puede contarse
3. Alternativas. Trata de la adaptación genérica de los medios encontrados, atreves de la información a los fines propuestos.” (reyes, 2015: 27)

Previsión es anteponerse a las situaciones o acontecimientos que pueden surgir en un futuro durante la realización de planes por lo cual es una función o actividad que se debe llevar junto a la planeación.

Etapas de la previsión son los objetivos, investigaciones; información y supuestas alternativas que pudieran dar o restar avances a los procesos

Es decir en esta etapa se deberán fijar los fines de la investigación y si estos tienen relación entre sí así como también se trata de buscar alternativas que benefician a la investiga con en caso de que llegara a existir algún factor que detenga el proceso

La previsión se debe acompañar de otros factores que serán parte de ella ya que en todo proceso dentro de la previsión se deberán tomar en cuenta los objetivos que tiene la empresa y que factores los pueden afectar, también se deben investigar todos los factores que se pudieran presentar durante el proceso y generar algunas opciones de solución a esos factores.

1.3.2. PLANEACIÓN

La cual consistirá en dar un rumbo fijo de cómo se deberán realizar las actividades, determinar hacia qué rumbo deberá ir el proyecto.

“La planeación consiste en la determinación del curso concreto de acción que se habrá de seguir, fijando los principios que habrán de presidir, y orientar, la secuencia de operaciones necesarias para alcanzarlo y la fijación de criterios, tiempos, unidades, etcétera., necesarias para su realización” (reyes, 2015: 27)

El termino planeación es la fijación adecuada del curso de acción que se ha de tomar para orientar las operaciones y determinaciones de tiempos, costos y cualquier otro factor que se debe tomar en cuenta a la hora de realizar cierta acción.

La planeación tiene dos principios básicos que son el principio de la precisión y el principio de la flexibilidad

El principio de la precisión

Los planes no deben hacerse con afirmaciones vagas y genéricas, sino con la mayor precisión posible, porque van a regir acciones concretas

El principio de la flexibilidad

Todo plan debe dejar margen para los cambios que surjan en este, ya en razón de la parte, imprevisible, ya de las circunstancias que hayan variado después de la previsión.” (Reyes, 2015: 245)

Se deben tomar las decisiones adecuadas hoy, para así lograr en el futuro lo que se planea

Las etapas de la planeación consta de las políticas que habrán de seguirse durante el proceso así como: procedimientos, programas pronósticos y tácticas para lograr el objetivo deseado.

Dentro de la planeación se tendrán que ver aspectos monetarios, políticos, sociales, legales, etcétera, que pueden afectar la planeación de algún proyecto por lo cual deben de ser tomados en cuenta para llevar a buen puerto el proyecto.

1.3.3. ORGANIZACIÓN

La organización consiste dentro de los proyectos o actividades en definir los roles que cada persona deberá tomar o hacer para que la planeación de resultados

“Se refiere a la estructura técnica de las relaciones que se deben dar entre las funciones, jerarquías y obligaciones individuales en un organismo social para su mayor eficiencia.” (Reyes, 2015: 28)

La organización busca los medios y recursos necesarios que permitan llevar a cabo la planeación, y refleja la manera como la organización o empresa intenta cumplir los planes. (Chiavenato; 2005; 17)

La organización es encontrar una forma adecuada de estructurar toda la realización de las acciones dentro de esta entran en la estructura todo desde los elementos material hasta los humanos.

Acomodando de forma adecuada todos los elementos es como se podrá lograr una buena organización, ya que si todo está en orden el proyecto o actividad en si será más fácil, rápida y eficiente.

En la organización consta de las siguientes etapas que son definir las funciones obligaciones, y jerarquías que ocupara cada uno de los participantes del proceso administrativo

Todo administrador debe hacer uso de la organización en cualquier ámbito de su vida ya que para él es du pan de cada día, por lo cual lo debe dominar y llevarlo a la práctica.

1.3.4. INTEGRACIÓN

Consiste generar o reunir todos los elementos necesarios para llevar a cabo dicha actividad con la finalidad deseada.

“Consiste en los procedimientos para detonar al organismo social de todos aquellos elementos, tanto humanos como materiales, que la mecánica administrativa señala como necesarios para su más eficaz funcionamiento, escogiéndolos, introduciéndolos, articulándolos y buscando su mejor desarrollo.”(Reyes, 2015: 28)

La integración es lograr que todos los elementos requeridos ya sean materiales o humanos, estén en la misma sintonía, que estén en busca del mismo resultado para que juntas todas las partes necesarias del proyecto puedan dar un mejor rendimiento y por lo cual el funcionamiento de todo el proyecto se dé de la mejor manera posible.

Dentro de la integración las etapas son diferentes constan de la selección y desarrollo tanto de los implicados como de las herramientas y todo lo necesario para buscar el objetivo deseado.

1.3.5. DIRECCIÓN

Se considera como la actividad la cual define el curso de la actividad se debe supervisar y revisar el accionar de cada miembro del equipo para su seguimiento.

“Es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas realice del modo más eficaz los planes señalados.” (Reyes, 2015: 29)

Fases o etapas de la dirección

La dirección de una empresa supone:

- a) Que se delegue autoridad, ya que administrar es “hacer a través de otros “
- b) Que se ejerza esa autoridad, para lo cual se deben precisarse sus tipos, elementos, clases, auxiliares, etc.
- c) Que se establezcan canales de comunicación a través de los cuales se ejerza y se controlen sus resultados.
- d) Que se supervise el ejercicio de la autoridad en forma simultánea a la ejecución de órdenes (Reyes, 2015: 386)

“La dirección representa la puesta en marcha de lo que fue planeado y organizado. En consecuencia, la dirección es la función administrativa que incluye el empleo de la influencia para activar y motivar las personas a alcanzar los objetivos organizacionales se encarga de comunicar las tareas e influenciar y motivar a las personas para que ejecuten las tareas esenciales.(Chiavenato; 2005; 18)

La dirección es la acción de realizar la toma de las decisiones ejecutadas o delegadas por los altos mandos o encargados, con el fin de llevar a buen fin todo lo planeado vigilando que se cumplan todos los aspectos clave del plan.

Las etapas de la dirección es definir autoridad, tener una comunicación adecuada y efectiva así como mantener una supervisión adecuada.

La dirección es una de las últimas fases del proceso administrativo de suma importancia ya que en ella se lleva a cabo toda la ruta o forma que toma el proceso dirigido por una líder.

1.3.6. CONTROL

En este elemento se deberá medir el resultado de lo planeado es decir revisar cómo se realizaron las actividades para llegar a el resultado y dejar un precedente de la investigación.

“Consiste en el establecimiento de sistemas que permitan medir los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, a fin de corregir y mejorar, y además para formular nuevos planes.” (Reyes, 2015: 29)

“El control representa el acompañamiento, monitoreo y evaluación del desempeño organizacional para verificar si las tareas se ejecutan de acuerdo con lo planeado,

organizado y dirigido. El control es la función administrativa relacionada con el monitoreo de las actividades para mantener la organización en el camino correcto, de modo que se puedan conseguir los objetivos y emprender los ajuste necesarios para corregir los desvíos.” (Chiavenato; 2005; 18)

El control tiene como etapa la evaluación ya que siendo esta la última etapa se debe realizar una evaluación exhaustiva del resultado obtenido durante el proceso para así saber en qué se falló o que se realizó adecuadamente.

El control es la realización de un análisis de los resultados esperados y los obtenidos con el fin de encontrar puntos de mejora y corregir errores que se cometen durante la planeación y ejecución de algún plan.

Siendo el control la forma de manejar o revisar los resultados y que estos estén funcionando de una forma adecuada, la cual beneficie a la empresa u organización.

Es gracias a este proceso de seis elementos descrito por reyes, es que se logra llevar a cabo una adecuada administración, y así poder lograr un orden adecuado dentro de las organizaciones y los procesos que estas deben realizar para su funcionamiento, con lo cual estas puedan cumplir con sus metas y objetivos, dando el seguimiento correspondiente desde el inicio de este proceso hasta el final del mismo.

Es por lo cual que este proceso es de lo más completo, eficaz y eficiente para ejecutar en una organización y lograr con esto las metas y objetivos planteados desde el inicio de este proceso

CAPÍTULO II:

LA EMPRESA

En este capítulo se analiza el tema de la empresa su definición su clasificación además de por supuesto el sector turístico, las empresas turísticas y la clasificación de los turistas siendo estos tres últimos temas en los cuales se basa la investigación para lograr el fin de la misma.

2.1.- DEFINICIÓN DE EMPRESA

Dentro de este capítulo se describirá el significado y funciones de las empresas en la actualidad.

“Empresa es un término nada fácil de describir, ya que a este concepto se le dan diversos enfoques (económico, jurídico, filosófico, social, etc.). En su más simple acepción significa la acción de emprender una cosa con un riesgo implícito.

Es necesario analizar alguna de las definiciones más trascendentes de empresa, con el propósito de emitir una definición con un enfoque administrativo.

“Diccionario de la real academia española. La entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios, con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad.” (*Diccionario de la real academia española* citado por Münch, 1999:44)

“Isaac guzmán Valdivia. Es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en que la propia empresa actúa.” (Guzmán citado por Münch, 1999:44)

“José Antonio Fernández arena. Es la unidad productiva o de servicio que, constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos.”(Arenas citado por Münch, 1999:44)

“grupo social en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad. “(Münch, 1999:43-44)

Con base en el análisis de las anteriores definiciones, es posible definir la empresa como un:

Es gracias a estas definiciones que se pueden adquirir mayores conocimientos sobre las empresas y los rubros en los cuales estas se pueden desarrollar, así de esta manera podemos analizar y dar una definición adecuada de lo que es la empresa tomando como punto de partida las definiciones tratadas en este tema.

La empresa es el conjunto de elementos materiales, humanos y económicos que juntos conforman una sinergia, adecuada con el fin de producir un servicio o producto que satisfaga las necesidades de los seres humanos obteniendo una retribución económica a cambio.

2.2.- CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Para abordar la clasificación de las empresas se abordará sobre la descripción más destacada, recorriendo cada una de forma que se pueda conocer más a fondo a lo que se dedica cada diferente empresa.

El avance tecnológico y económico ha originado la existencia de una gran diversidad de empresas. Aplicar la administración más adecuada a la realidad y a las necesidades específicas de cada empresa e la función básica de todo administrador. Resulta imprescindible analizar las diferentes clases de empresas en nuestro medio.

A continuación se presentan algunos de los criterios de clasificación de empresa más difundidos.

Actividad o giro

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen en:

1.- industriales. La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, son susceptibles de clasificarse en:

A. *Extractivas.* Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable entendiéndose por recursos naturales todas las cosas de la naturaleza que son indispensables para la subsistencia del hombre. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etcétera.

B) empresas que producen bienes de consumo final. Producen que satisfacen directamente la necesidad del consumidor, éstos pueden ser: duraderos o no duraderos, suntuarios o de primera necesidad. Verbigracia: productos alimenticios, prendas de vestir, aparatos y accesorios eléctricos, etcétera.

C) empresas que producen bienes de producción. Estas empresas satisfacen preferentemente la demanda de las industrias de bienes de consumo final. Algunos ejemplos de este tipo de industrias son las productoras de: papel, materiales de construcción, maquinaria pesada, maquinaria ligera, productos químicos etcétera.

2.- comerciales. Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra-venta de productos terminados.

Pueden clasificarse en;

A. *Mayoristas.* Cuando efectúan ventas a gran escala de otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.

B. *Minoristas o detallistas.* Las que venden productos al “menudeo”, o en pequeñas cantidades, al consumidor.

C. *Comisionistas.* Se dedican a vender mercancía que los productores le dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

3.- servicio. Como su denominación lo indica, son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y puede tener o no fines lucrativos.

Las empresas de servicios pueden clasificarse en:

- A. Transportes
- B. Turismo
- C. Instituciones financieras
- D. Servicios públicos varios:
 - Comunicaciones
 - Energía
 - Agua
- E. Servicios privados varios
 - Asesoría
 - Diversos servicios contables, jurídicos, administrativos.
 - Promoción y ventas
 - Agencias de publicidad
- F. Educación
- G. Salubridad (hospitales)
- H. Fianzas, seguros.

4. Origen del capital

Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quienes dirigirán sus actividades, las empresas pueden clasificarse en:

1.- públicas. Este tipo de empresas el capital pertenece al estado, y generalmente, su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social.

2.- privadas. Lo son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa.

A su vez, pueden ser nacionales, cuando los inversionistas son nacionales o nacionales y extranjeros, y transnacionales, cuando el capital es preponderantemente de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en el país de origen (figura 2.1 globalización y desarrollo empresarial)

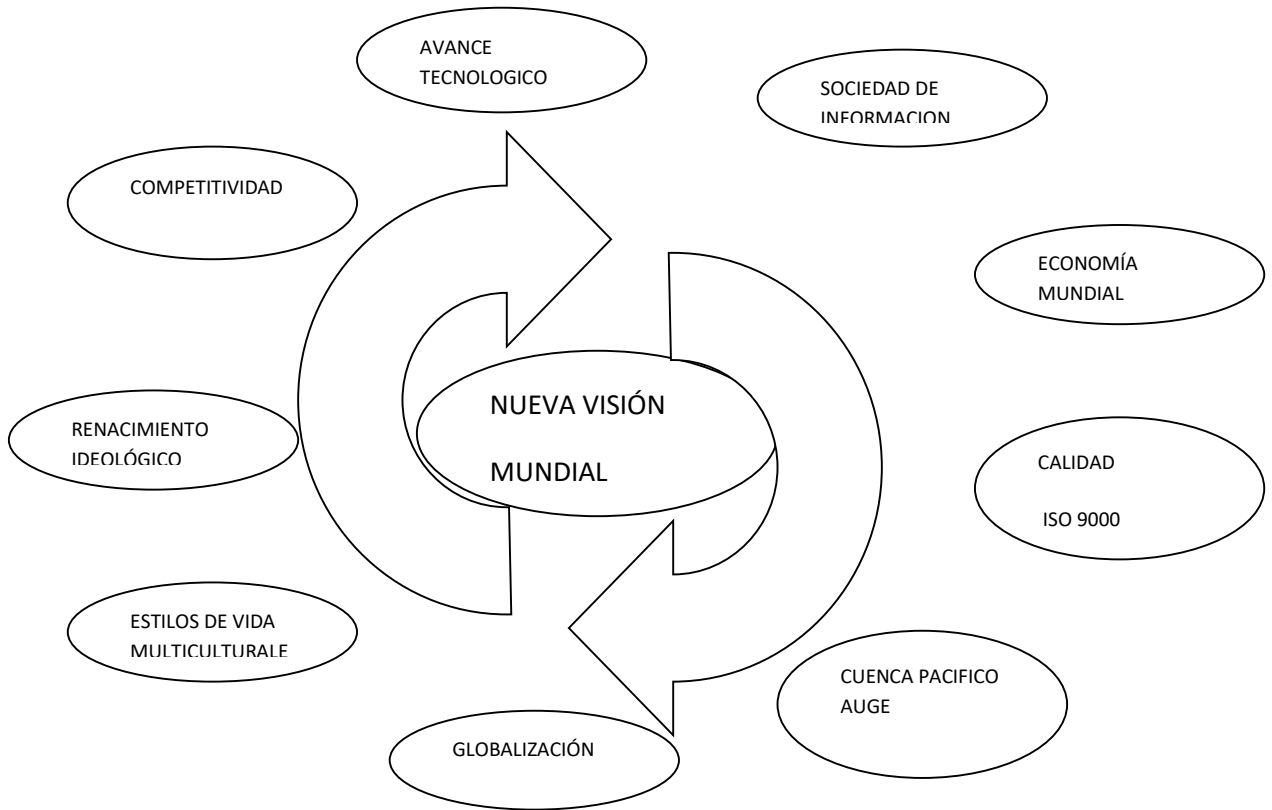


FIGURA 2.1. Globalización y desarrollo empresarial

(Münch; 1999.46)

5.- magnitud de las empresas. Uno de los criterios más utilizados para la clasificación de las empresas es este, en el que, de acuerdo con el tamaño de la empresa se establece que puede ser pequeña, mediana o grande; sin embargo, al aplicar este enfoque encontramos dificultad para determinar límites. Existen múltiples criterios para hacerlo, pero solo se analizarán los más usuales:

Financiero. El tamaño se determina con base en el monto de su capital; en este texto no se mencionan cantidades por que cambian constantemente de acuerdo a la situación económica de cada país. Se recomienda que el lector investigue por su cuenta en las revistas de indicadores económicos vigentes.

Personal ocupado. Este criterio establece que una empresa pequeña es aquella en la que laboran menos de 250 empleados; una mediana, aquella que tiene entre 250 y 1000 trabajadores; y una grande es aquella que se compone de más de 1000 empleados.

Producción. Este criterio clasifica a la empresa de acuerdo con el grado de maquinización que existe en el proceso de producción; así, una empresa es aquella que el trabajo de hombres es decisivo, o sea que su producción es artesanal aunque puede estar mecanizada; pero si es así, generalmente la maquinaria es obsoleta y requiere mucha mano de obra. Una empresa mediana puede estar mecanizada como el caso anterior, pero cuenta con más maquinaria y me nos mano de obra. Por último, la gran empresa es aquella que está altamente mecanizada y/o sistematizada.

Ventas. Establece el tamaño de la empresa en relación con el mercado que la empresa abastece y con el monto de sus ventas. Según este criterio una empresa es pequeña cuando son locales, mediana cuando sus ventas son nacionales y grande cuando cubre mercados internacionales.

Criterios de nacional financiera. Nacional financiera posee uno de los criterios más razonables para determinar *el tamaño de la empresa.* Para esta institución, una empresa grande es la más importante dentro del grupo correspondiente a su mismo giro. La empresa chica es la de menor importancia dentro de su ramo, y la mediana es aquella en la que existe una interpolación entre la grande y la pequeña.

Aunque los criterios anteriores son auxiliares para determinar la magnitud de la empresa, ninguno es totalmente correcto, pues no son aplicables a cada situación específica, ya que las condiciones de la empresa son muy cambiantes.

Esto es decir que no todas estas acepciones son correctas o definitivas ya que las empresas en la actualidad están en constante cambio debido a las reformas y situaciones laborales que obligan a las empresas a mejorar.

6. Otros criterios

Existen otros tipos de criterios para clasificar la empresa atendiendo a otras características. Ejemplos:

Criterio económico. De acuerdo con diego López rosado, eminente economista mexicano, las empresas pueden ser:

Nuevas. Se dedican a la manufactura o fabricación de mercancías que no se producen en el país, siempre que no se trate de meros sustitutos de otros que ya se produzcan en éste, y que contribuyan de forma importante al desarrollo económico del mismo.

Necesarias. Tienen por objeto la manufactura o fabricación de mercancías que se producen en el país en cantidades insuficientes para satisfacer las necesidades del consumo nacional, siempre y cuando el mencionado déficit sea considerable y no tenga su origen en causas transitorias.

Básicas. Aquellas industrias consideradas primordiales para una o más actividades de importancia para el desarrollo agrícola o industrial del país.

Semibásicas. Producen mercancías destinadas a satisfacer directamente las necesidades vitales de la población.

Secundarias. *Fabrican artículos no comprendidos en los grupos anteriores.*

Criterio de constitución legal. De acuerdo con el régimen jurídico en que se constituya la empresa, esta puede ser; sociedad anónima, sociedad anónima de capital variable, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad cooperativa, sociedad en comandita simple, sociedad en comandita por acciones y sociedad en nombre colectivo.”(Münch; 1999.44-48)

Dentro del desarrollo de la clasificación de empresas se pueden encontrar y distinguir las diferentes formas mediante las cuales se clasifica a una empresa esto desde el punto de vista de Münch Galindo y así se puede dar cuenta de que las empresas no

se dividen en pocas actividades, sino que existe una gran cantidad de rubros o actividades a las cuales pueden pertenecer cada empresa y de esta manera conocer más a fondo el entorno de las empresas que rodean el entorno de la investigación y que para muchos tal vez es un panorama desconocido el conocer la clasificación de las empresas en las cuales los individuos participan formando parte de ellas.

2.3.- EL SECTOR TURÍSTICO

Se describirá brevemente lo que es el sector turístico en el ámbito empresarial.

El sector turístico es aquel sector económico formado por las empresas turísticas que ofrecen mayoritariamente sus productos a los demandantes de los mismos, es decir a los turistas, definidos éstos en los términos expuestos al principio del tema.

Existen una serie de factores del entorno general comunes de todas las empresas como son los factores tecnológicos, los económicos, los socioculturales y los políticos y legales. En el caso especial de las empresas del sector turístico, a los factores anteriormente citados habría que añadir uno más: los factores físicos.

(<http://cienciasempresariales.info/marketing-turistico>)

El sector turístico en resumidas cuentas es el grupo de empresas turísticas, las cuales ofertan sus diferentes servicios, a diferentes tipos de turistas, esto dependiendo de lo que el turista está buscando y que satisfaga sus necesidades específicas, ya que no todas las empresas turísticas se dedican al mismo rubro.

2.3.1.-LA EMPRESA TURÍSTICA

Se podrá definir las empresas turísticas como una rama de las empresas convencionales ya que tiene como finalidad otros objetivos.

Una empresa turística es aquella cuyos clientes son mayoritariamente turistas, es decir, personas que viajan movidas por necesidades asociadas al disfrute del tiempo libre (ocio) o de la cultura. Estos actos de desplazamientos, según la organización mundial de turismo. (o.t.m.), deben llevar aparejados, para que se trate de turismo, un gasto de la renta disponible del turista en un lugar distinto de aquel en el que se origine dicha renta y en el cual no se reside habitualmente.

(<http://cienciasempresariales.info/marketing-turistico>)

Una empresa turística es una organización económica con fines comerciales que se destaca por la producción de bienes intangibles o servicios. En el turismo, aun cuando el cliente pague por adelantado la noche de hotel o el pasaje en avión, existe una expectativa e incertidumbre muy altas, desde el momento en que el cliente no sabe o no tiene certeza de cómo será el bien a consumir.

(<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/321/la%20empresa%20turistica.htm>)

La definición de lo que es una empresa turística, a falta de información es muy complicada o difícil de definir por tal motivo, es que debemos investigar aspectos relacionados con la administración turística y lo que es el turismo para poder acercarnos a una definición de este concepto.

La empresa turística es aquella cuyo principal objetivo son promover los sitios de gran belleza natural, cultural y arquitectónica en los cuales se encuentran edificadas y eminentemente obtener una ganancia a base del ofrecimiento de un servicio ya sea de renta, hospedaje, transporte, etcétera. Con el cual satisface las necesidades de ocio, descanso, culturales y/o de negocio.

2.3.2 TIPOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

Según la actividad que desarrollan, las empresas turísticas se clasifican en las siguientes categorías:

1. Empresas de alojamiento: hoteles y similares, casas rurales, paradores, balnearios...
2. Empresas restauranteras: restaurantes, cafeterías, salas de fiesta....
3. Empresas distribuidoras: agencias de viajes, "tour-operadores", "air-brokers"...
4. Empresas de transporte y auxiliares: compañías aéreas, de autobuses, ferroviarias, navales, agencias de alquiler de vehículos...
5. Empresas de esparcimiento, recreo y cultura, sean públicas o privadas: museos, parques naturales, parques temáticos, parques zoológicos...
6. Empresas de servicios financieros y de seguros especializados en el sector turístico...
7. Empresas comerciales y auxiliares, dedicadas a la producción o comercialización de bienes dirigidos a los turistas: "souvenirs", productos típicos, artesanía local.

Las tres categorías de empresas turísticas que concentran la mayor parte de las actividades del sector son:

Las empresas de transporte. Facilitan el primer atributo esencial del producto turístico (el viaje físico del turista). Aunque las empresas de transporte no son, en la cadena total de creación de valor que conduce al producto turístico, las primeras en atender al viajero, que suele tomar el primer contacto con una agencia de viajes, así que son las primeras en las que normalmente empieza la producción del servicio.

Las empresas de alojamiento. Ofrece un producto básico que es el alojamiento u hospedaje en un edificio que tiene dedicado todo o una parte independizada del resto a proveer dicho servicio básico, además estas empresas pueden incluir en su oferta una serie de servicios añadidos que constituyen otros tantos atributos añadidos al producto básico.

Las agencias de viajes. Son empresas constituidas en forma mercantil que se dedican profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de medición y organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos.

(<http://cienciasempresariales.info/marketing-turistico>)

Como se puede analizar toda la información acerca de la empresa y el sector turístico es muy amplia y difícil de definir, esto debido a que no se puede encontrar mucha información en libros, por lo cual para esta investigación se utilizó el apoyo de páginas de internet y así poder describir muchos de los conceptos mencionados y analizados en esta investigación, es de suma importancia dar a conocer como

algunas de las diferentes ramas que abarca lo que es el sector y la empresa turística tanto en México como en el extranjero, dan abasto o cumplen con las necesidades de los diferentes tipos de turistas que existen ya que no todos desean viajar a los mismos lugares o vivir las mismas experiencias por lo cual con investigaciones como esta podemos analizar todas las diferentes necesidades para que así las empresas de este sector puedan tener información clara y más actualizada de que es lo que quiere el turista, ya sea nacional o internacional

2.3.3.- CLASIFICACIÓN DE TURISTAS

En este apartado se hablara sobre la clasificación de los diferentes tipos de turistas y como es que los dividen dependiendo de la actividad que van a realizar en el lugar a el cual van a visitar.

Los turistas se pueden clasificar de diferentes maneras y en diferentes grupos esto porque existen turistas que viajan por negocios, otros por placer etcétera, es por tal motivo que se incluye una clasificación de los diferentes tipos de turistas que pueden visitar la ciudad.

1. Turistas movidos por ciertos atributos naturales del destino turístico
2. Turistas movidos por inquietudes educativas y formativas
3. Turistas interesados en destinos apreciados por su valor ecológico.
4. Turistas que se desplazan a lugares caracterizados por sus efectos benéficos sobre salud.

5. Turistas con aficiones deportivas.

6. Turistas accidentales

En base a la información presentada en este apartado se puede analizar la información correspondiente a las empresas turísticas así como el entorno y factores que lo rodean dejando un camino por el cual se podrá marcar una ruta para lograr se tomen las decisiones adecuadas, ya que el sector turístico o empresas dedicadas al turismo son una parte importante para la derrama económica de los países que cuentan con estos lugares.

Así conociendo de antemano la información acerca del sector turístico se pueden tomar decisiones que cambien el rumbo y el accionar de los sitios turísticos.

CAPÍTULO III:

RECURSOS HUMANOS: LA CAPACITACIÓN COMO UNA HERRAMIENTA PARA MEJORAR LOS SERVICIOS.

Dentro de este capítulo se abordará el tema de la capacitación que se puede ofrecer a las empresas en este caso en especial a las del sector turístico que es en el cual se basa esta investigación para lograr la mejora de la imagen turística de la ciudad.

3.- LOS RECURSOS HUMANOS

Los recursos humanos son las personas que ingresan, permanecen y participan en la organización, sea cual sea su nivel jerárquico o su tarea. Los recursos humanos se distribuyen por niveles: nivel institucional de la organización (dirección), nivel intermedio (gerencia y asesoría) y nivel operacional (técnicos, empleados y obreros junto con los supervisores de primera línea). Constituyen el único recurso vivo y dinámico de la organización además de ser el que decide como operar los demás recursos son de por sí inertes y estáticos. Además conforman un tipo de recurso dotado de una vocación encaminada al crecimiento y al desarrollo.

Las personas aportan a la organización sus habilidades, conocimientos, actitudes, conducta, percepciones, etcétera. Ya sean directores, gerentes, empleados, obreros o técnicos, las personas desempeñan papeles muy distintos ----puestos--- dentro de la jerarquía de autoridad y responsabilidad en la organización. Además, las personas

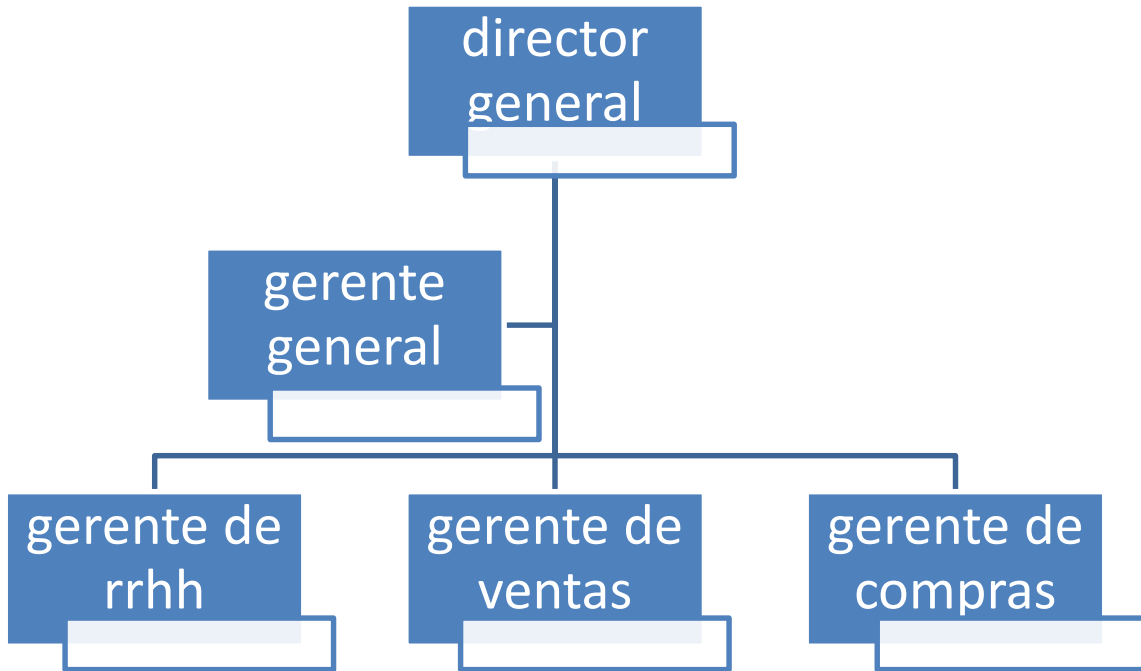
son muy distintas entre sí; constituyen un recurso muy diversificado debido a las diferencias individuales de personalidad, experiencia, motivación, etcétera. En realidad, la palabra recurso implica un concepto bastante restringido para abarcar a las personas, pues, más que un recurso, son copartícipe de la organización (Chiavenato; 2011; 81)

3.1 OBJETIVOS

“Los objetivos del área Rh deben estar fuera de ella. El área debe servir a los objetivos de negocio de la organización. El área de Rh consiste en la planeación, organización, desarrollo, coordinación y control de las técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del personal, al mismo tiempo que la organización constituye el medio que permite a las personas- que en ella colaboran- lograr sus objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo. El área de Rh trata de conquistar y retener a las personas en la organización para que trabajen y den lo máximo de sí, con una actitud positiva y favorable. Representa no solo las cosas grandiosas que provocan euforia y entusiasmo, sino también las pequeñas e innumerables que frustran e impacientan o que alegran y satisfacen, pero que llevan a las personas a desear permanecer en la organización. Sin embargo, cuando se habla del área de Rh hay más cosas en juego, como la calidad de vida que tendrán la organización y sus socios y el tipo de socios que la organización desea cultivar.”(Chiavenato; 2011; 104)

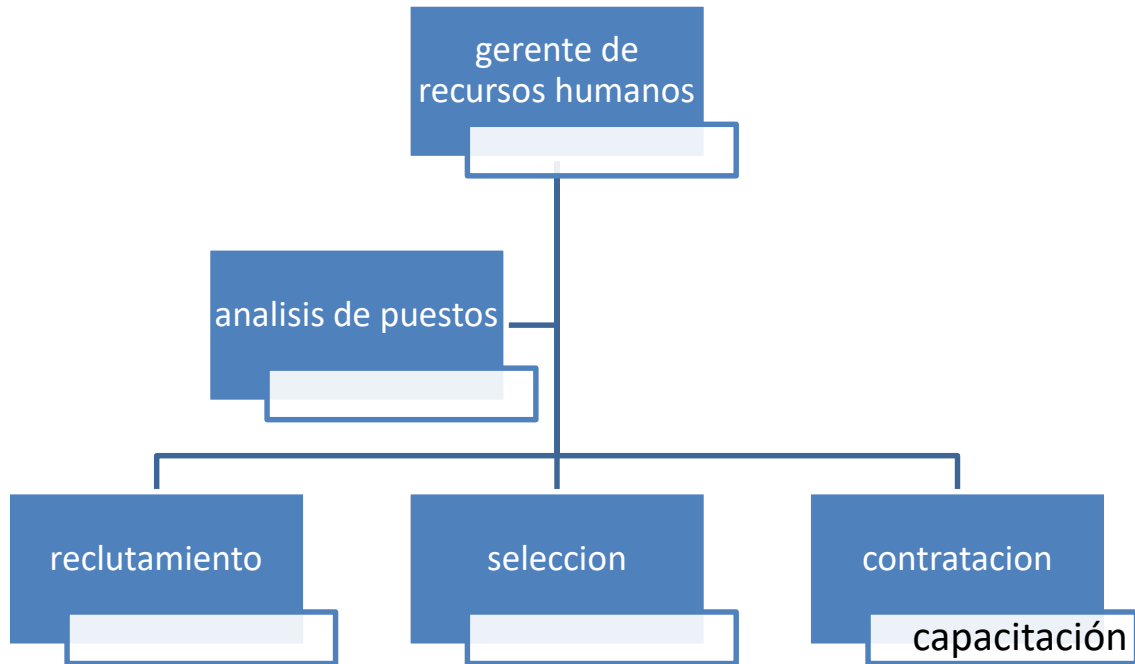
El área de recursos humanos tiene como sus principales funciones la elaboración de planes mediante los cuales logre atraer, reclutar, integrar, retener y evaluar personal para que este a su vez mantenga en funcionamiento adecuado todas las áreas de una organización con el fin de satisfacer las necesidades de las organizaciones y de sí mismo logrando cumplir con sus metas.

Organigrama general para una empresa



*(Elaboración propia)

Departamento de RR.HH.



***(Elaboración propia)**

La capacitación de personal es un factor de gran influencia e importancia para lograr grandes cambios dentro de las empresas ya que un personal capacitado, es un factor que llevar a la empresa a lograr sus objetivos y metas de una forma más fácil y adecuada.

3.2.- CAPACITACIÓN

En este apartado se analizará la información respectiva al tema de la capacitación, como el elemento de vital importancia para esta investigación, aquí se mencionara desde la definición de la capacitación así como temas tales como su importancia para la organización y el área de recursos humanos, la inversión que se utilizara en la capacitación, proceso de capacitación, el plan de capacitación, programa y curso de capacitación además de la situación jurídica de la capacitación para la empresa. Todos estos puntos se abordaran en la investigación debido a la vital importancia de la misma.

“La capacitación se refiere a los métodos que se utilizan para fomentar en los empleados nuevos o ya presentes, las habilidades que necesitan para ejecutar sus labores” (desear; 2004; 104)

“El termino capacitación se utiliza con frecuencia de manera casual para referirse a los esfuerzos iniciados por la organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros” (bohlander, Snell y Sherman; 2001; 216)

“Actividades diseñadas para impartir a los empleados la habilidades y conocimientos necesarios para sus empleos actuales” (Wayne y Robert; 2005; 202)

Es el proceso educativo de corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función a objetivos definidos. La capacitación entraña la

transmisión de conocimientos específicos relacionados con el trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como de habilidades y competencias.”(Chiavenato; 2011; 322)

Se puede entender por capacitación el proceso mediante el cual se apoya a los nuevos empleados o a los que ya están en la empresa a adquirir nuevos conocimientos, aptitudes y habilidades para desenvolverse de una forma más eficaz en su trabajo actual o al cual van a comenzar.

Este proceso las empresas lo realizan con la finalidad de tener un personal más capacitado y mejor preparado para lograr una mejor eficacia en la empresa y así buscar el mayor beneficio tanto de la empresa como de los empleados.

3.3 IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN

La capacitación es uno de los factores más importantes para esta investigación ya que toda esta es basada en adiestramiento y capacitación. Entendiendo por capacitación dar a conocer a los nuevos prospectos para ocupar un lugar en la empresa todas las funciones que se desempeñan en la empresa con el fin de que pueda desarrollar diferentes actividades para las cuales sea necesario.

Es por eso que la capacitación es de vital importancia en la empresa ya que si no se capacita correctamente a un nuevo empleado este puede causar problemas al no saber cómo hacer las cosas lo cual puede representar pérdidas considerables para la

empresa más sin en cambio si se da una correcta capacitación, el empleado lograra cumplir las expectativas de la actividad que este desempeñe para la empresa.

“La capacitación desempeña una función central en la alimentación y el esfuerzo de estas capacidades, por lo cual se ha convertido en parte de la columna vertebral de la instrumentación de estrategias.” (Bohlander, Snell y Sherman; 2001; 216)

“La razón fundamental de capacitar a los nuevos empleados es darles los conocimientos, aptitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño satisfactorio.” (Bohlander, Snell y Sherman; 2001; 216)

“Los principales objetivos de la capacitación son:

1. Preparar a las personas para la realización inmediata de tareas del puesto
2. Brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo y no solo en sus puestos actuales, sino también para otras funciones más complejas y elevadas
3. Cambiar la actitud de las personas, sea para crear un clima más satisfactorio entre ellas o aumentarle la motivación y volverles más receptivas a las nuevas tendencias de la administración”(Chiavenato; 2011; 324)

La importancia de la capacitación radica en que toda empresa necesita de capacitar a su personal esto debido a que la tecnología día con día está avanzando y mejorando, con lo cual beneficia a las empresas pero por mucha tecnología que exista siempre será necesario el personal el cual maneje esta tecnología, es por tal motivo que la capacitación se busca y es importante para que el personal sea capaz

de manejar cualquier tipo de herramienta y tecnología, aun cuando esta esté en constate evolución.

Es necesario capacitar al personal de las empresas para que este no se quede en el pasado y avance junto a la empresa rompiendo así el miedo a la tecnología dentro de las empresas.

3.4. MARCO JURÍDICO DE LA CAPACITACIÓN EN MÉXICO

En este apartado se podrá hacer el análisis de la situación jurídica en la que se encuentra regida la capacitación de personal, con las características que denota esto se tomara en cuenta tanto la ley federal del trabajo vigente así como la constitución política de los estados unidos mexicanos.

La capacitación también es tomada en cuenta en la constitución política de los estados unidos mexicanos (cpeum). En el título sexto del trabajo y de la previsión social en el artículo 123 fracción xiii que dice los siguiente.

Artículo 123. Fracción xiii

Las empresas, cualquiera que sea su actividad, estarán obligadas a proporcionar a sus trabajadores, capacitación o adiestramiento para el trabajo. La ley reglamenta determinar los sistemas, métodos y procedimientos conforme a los cuales los patronos deberán cumplir con dicha obligación.

Como bien lo especifica tanto la ley federal del trabajo como la constitución política de los estados unidos mexicanos es una obligación del jefe dar la capacitación necesaria para el trabajo al igual que es un derecho y una obligación del trabajador recibirla y aplicarla, dentro de las leyes menciona muchos más puntos tal como los cursos, los horarios, cuando debe ser aplicada la capacitación, en donde y como, además de los requerimientos de la capacitación.

El derecho a la capacitación al ingresar a un nuevo trabajo está estipulado en la ley federal del trabajo (lft) en el capítulo iii artículo 153 bis. Este articulo todos sus apartados hablan sobre la capacitación y las diferentes características a continuación se citaran algunos apartados de este artículo.

Artículo 153- a. Todo trabajador tiene el derecho a que su patrón le proporciones capacitación o adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida y productividad conforme a los planes y programas formulados, de común acuerdo, por el patrón y el sindicato o sus trabajadores y aprobados por la secretaria del trabajo y previsión social.

Artículo 153- f. La capacitación y el adiestramiento deberán tener por objeto:

- i. Actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades del trabajador en su actividad así como proporcionarle la información sobre la aplicación de nueva tecnología

- ii. Preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de nueva creación.
- iii. Prevenir riesgo de trabajo
- iv. Incrementar la productividad
- v. En general, mejorar las aptitudes del trabajador.

3.4.1. FORMATOS DE CAPACITACIÓN

- ✓ Informe sobre la constitución de la comisión mixta de capacitación y adiestramiento DC1.
- ✓ Presentación del plan y programas de capacitación y adiestramiento DC2.
- ✓ Constancia de habilidades laborales DC3
- ✓ Lista de constancias de habilidades laborales DC4 - Datos de Empresa
- ✓ Acta constitutiva de capacitación y adiestramiento.

Los formatos antes mencionados son de gran importancia para presentar ante la secretaria de trabajo y previsión social que es la institución que rige las capacitaciones y situaciones en favor de los empleados pues defienden sus derechos así como obliga a las empresas a tener sus capacitaciones y documento en orden respecto a las mismas por lo cual todos estos formatos deberán estar debidamente llenados para su adecuada utilidad.

3.5 INVERSIÓN EN LA CAPACITACIÓN

Este es un tema muy importante para todas las empresas ya que en muchas de ellas no quiere gastar en capacitar personal, es algo en contra de lo cual se debe luchar ya que la capacitación es de vital importancia para que la empresa este a la altura de la competencia ya que las nuevas tecnologías exigen personal capacitado, además de que la capacitación es una obligación de la empresa ya que ningún ser humano sabe cómo se hacen las cosas si no es hasta que aprende a realizarlo.

Ciudad de México (manufactura) —si bien por ley, las empresas tienen la obligación de invertir en la capacitación de su personal, solo los grandes corporativos destinan un 10% a programas de este tipo, compañías más pequeñas dan menos recursos, asegura la subsecretaria de inclusión laboral de la secretaria de trabajo y previsión social (stps) patricia espinosa torres.

Se ha comprobado que las empresas que invierten en capacitación y políticas de igualdad laboral entre hombres y mujeres, es decir, en el desarrollo de su capital humano incrementa la productividad en casi un 20%, además de que reduce sus niveles de rotación detalla la funcionaria”

(<http://www.cnnexpansion.com/manufactura/2010/11/16/capacitacion-capital-humano-inversion>)”

“Según el informe permanente sobre la industria training magazine, las empresas de estados unidos gastan más de 60 mil millones de dólares al año en ofrecer más de 1.7 mil millones de horas de capacitación formal” (bohlander, Snell y Sherman; 2001; 216) “México, d.f.- la capacitación no es algo que empresas como Ica, Coca-Cola o google en México se tomen muy a la ligera. Invierten en el desarrollo académico y profesional de sus empleados tanto para retenerlos como para contar con el personal que las haga más competitivas

Esta es la tendencia que siguen las 25 compañías más deseadas para trabajar por los egresados mexicanos de mba (master in business administration), según una encuesta a graduados publicada por la revista expansión en su edición del ranking los mejores mba en México y en el mundo 2015”

[Http://sipse.com/negocios/empresas-capacitacion-personal-master-trabajadores-143527.html](http://sipse.com/negocios/empresas-capacitacion-personal-master-trabajadores-143527.html)

En las empresa existen muchos tipos de pensamientos debido a que no todos los dueños o socios tienden a pensar en que la capacitación de su personal es la mejor forma de crecer y hacer su compañía o empresa ya sea grande, mediana o pequeña sea más competitiva y obtenga mejores logros.

Muchas personas creen que solo con mejorar sus herramientas, tener una tecnología más avanzada pueden ser más competitivos pero al final de cuentas necesitaran personal capacitado para estas nuevas herramientas que sepan manejarlas y que mejor que capacitarlas para aumentar así su productividad y eficiencia tanto de las

nuevas tecnologías como de los nuevos conocimientos que adquieren los empleados al ser capacitados.

3.6 TIPOS DE CAPACITACIÓN

Para iniciar con este apartado se abordara el tema de los diferentes modelos y/o tipos de capacitación n que existen para lograr mejorar las habilidades del capital humano dentro de las empresa, se podrá analizar las características de cada uno de los tipos de capacitación que pueden ser utilizados para beneficio de la empresa y del trabajador.

3.6.1 CAPACITACIÓN EN EL TRABAJO

“La capacitación en el trabajo es de varios tipos. La más conocida es la técnica del entrenador. En este caso, al empleado lo capacita en el puesto un trabajador experimentado o supervisor. En los niveles de menor jerarquía reciben el dominio para, digamos, operar una maquina observando al supervisor. No obstante, dicha técnica también se utiliza ampliamente en los niveles directivos superiores.”(Dessler; 2004; 108)

3.6.2 CAPACITACIÓN DE APRENDICES.

“La capacitación de aprendices consiste en un proceso estructurado mediante el cual los individuos se convierten en trabajadores calificados, utilizando la combinación de

la instrucción en un salón de clases y el la capacitación en el trabajo.”(Dessler; 2004; 108)

3.6.3 CAPACITACIÓN A DISTANCIA

“En la actualidad, las empresas usan varias formas de métodos de aprendizaje a distancia para capacitación. Las técnicas de aprendizaje a distancia incluyen los familiares cursos por correspondencia de lápiz y papel, así como la capacitación a distancia, las videoconferencias y las clases basadas en internet. .”(Grossman, citado por dessler; 2004; 108)

3.6.4 “CAPACITACIÓN POR COMPUTADORA / E-LEARNING

En este tipo de capacitación, el aprendiz se sirve de un sistema de cómputo para, de forma interactiva, aumentar sus conocimientos o sus habilidades. Aunque la capacitación con simuladores no depende necesariamente de la computación, la capacitación por computadora casi siempre implica a enfrentar a quienes se capacitan con simulaciones por computadora y con el uso de multimedia, incluyendo videos que ayudan al individuo a aprender cómo realizar su trabajo.”(miner y brewer, citado por dessler; 2004; 111)

3.6.5 “MENTORING

Es un enfoque para aconsejar y educar, con el fin de crear una relación practica para mejorar la carrera individual, así como el crecimiento y desarrollo personal y profesional.

“Mentoring es el ofrecimiento de consejos, información o guía que hace una persona que tiene experiencia y habilidades en beneficio del desarrollo personal y profesional de otra persona

El Mentoring consigue el desarrollo de la potencia interior de los individuos que provienen de los comportamientos basados en valores, la agilidad mental y la creatividad junto con una excelente gestión del conocimiento, la asunción de riesgos, la capacidad de resolución de problemas, la pasión por los resultados de la actividad empresarial y la capacidad para crear equipo

- Acelerar el proceso de desarrollo personal y profesional a través del apoyo de una persona de mayor experiencia”

<http://www.mentoring.es/mentoring.html>

3.6.6 COACHING

Es considerado con frecuencia como una responsabilidad del jefe inmediato, proporciona ayuda de manera muy parecida a la de un mentor. El coach tiene mayor experiencia o destreza que el discípulo y está en la posición de ofrecer consejos sabios.” (wayne y robert; 2005; 210-211)

Existen diferentes y muy variados tipos de capacitación para las empresa incluyendo desde algunos muy antiguos, así como otros muy modernos los cuales benefician de una manera más adecuada y fácil a las empresas que buscan en la capacitación un aliado para satisfacer las necesidades de la empresa para dar mejores y mayores conocimientos a los empleados para superar sus expectativas y así lograr un aumento en la productividad de la empresa gracias a las capacitaciones.

3.7 PLAN DE CAPACITACIÓN.

En el plan de capacitación se podrá analizar los puntos mediante los cuales se buscara mejorar la situación de capacitación de la empresa identificando claramente algunos puntos que darán la pauta para realizar el plan el programa de capacitación adecuado para la empresa.

“el programa de capacitación requiere de un plan que incluya los puntos siguientes:

Quien debe capacitarse	Aprendices
Quien va a capacitar	Capacitador o instructor
Sobre que va a capacitar	Asunto o contenido de la capacitación
Donde será la capacitación	Lugar físico, puesto o aula
Cómo será la capacitación	Métodos de capacitación y/o recursos
Cuando será la capacitación	Agenda de la capacitación y horario
Cuanta ser la capacitación	Tiempo, duración o intensidad
Para qué es la capacitación	Objetivo o resultados esperados

1. Atender una necesidad específica para cada ocasión
2. Definición clara del objetivo de la capacitación
3. División del trabajo que se desarrollara en módulos, cursos o programas.
4. Determinación del contenido de la capacitación.

5. Selección de los métodos de capacitación y la tecnología disponible.
6. Selección de los recursos necesarios para efectuar la capacitación, como tipo de capacitador o instructor, recursos audiovisuales, maquinas, equipos, o herramientas necesarias, materiales, manuales, etcétera.
7. Definición del grupo objetivo. Es decir, las personas que reciben la capacitación.
8. Lugar donde se efectuara la capacitación, con las consideraciones de las opiniones siguientes: en el puesto, fuera del puesto pero dentro de la empresa y fuera de la empresa.
9. Tiempo o periodicidad de la capacitación, horario u ocasión propicia.
10. Calculo de la relación costo-beneficio del programa.
11. Control y evaluación de resultados para revisar los puntos críticos que demandan ajustes y modificaciones al programa para mejorar su eficacia.”.(Heinrich. Citado por Chiavenato; 2011; 331)

El plan de capacitación como su nombre lo dice es la realización de un plan específico basado en ciertos puntos tales como la identificación y la definición clara de los puntos de capacitación, así como la elección del capacitador y los temas para realizar esta capacitación con el fin de lograr mejorar las habilidades y conocimientos de los empleados.

3.8 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

En el programa de capacitación se analizarán las necesidades que tienen la empresa y en que rubros se debe capacitar al personal de la empresa, ya sea nuevo o ya establecido, dando como resultado un mejor rendimiento ya que la capacitación se enfocara en las necesidades de la empresa, además de que se buscara el personal adecuado para que lleve a cabo la capacitación de los nuevos empleados.

“una vez efectuado el diagnóstico de la capacitación, se sigue con la terapéutica, es decir, la elección y prescripción de los medios de tratamiento para sanar las necesidades señaladas o percibidas. En otras palabras, una vez detectadas y determinadas las necesidades de capacitación, se prepara su programa.

El programa de capacitación se sistematiza y sustenta en los aspectos siguientes, que deben identificarse durante la detección:

1. ¿cuál es la necesidad?
2. ¿dónde se determinó en primer lugar?
3. ¿ocurre en otra área o división?
4. ¿cuál es su causa?
5. ¿es parte de una necesidad mayor?
6. ¿cómo resolverla: por separado o en combinación con otras?
7. ¿es necesario tomar alguna medida inicial antes de resolverla?
8. ¿la necesidad es inmediata? ¿cuál es su prioridad en relación con las demás?
9. ¿la necesidad es permanente o temporal?

10. ¿cuántas personas y cuantos servicios se atenderán?

11. ¿cuánto tiempo hay disponible para la capacitación?

12. ¿cuál es el costo probable de la capacitación?

La detección de las necesidades de capacitación debe proporcionar la información siguiente para trazar el programa de capacitación.

- ¿qué se debe enseñar?
- ¿quién lo debe aprender?
- ¿cuándo se debe enseñar?
- ¿dónde se debe enseñar?
- ¿cómo se debe enseñar?
- ¿quién lo debe enseñar?" (Chiavenato; 2011; 330-331)

“El programa de entrenamiento debe estar asociado a las necesidades estratégicas de la organización. Comprar paquetes de entrenamiento, es decir, programas ya listos y vendidos como productos enlatados y cerrados no siempre solucionan las necesidades de la organización y de las personas, y establecer criterios precisos para fijar el nivel de desempeño esperado. Además la organización debe estar dispuesta a dar espacio y ofrecer oportunidades de aplicación de nuevas competencias y conocimientos adquiridos en el entrenamiento. Para evitar desperdicios y garantizar el retorno deseado de la inversión, es imprescindible ser

pragmático en la programación del entrenamiento.” (Gómez, balín y cardy citados por Chiavenato; 2002; 313)

Como bien se explican los autores el programa de capacitación no es otra cosa sino que preparar la base o programa que se debe seguir paso a paso para llegar a un resultado esperado o el cual supere las expectativas, ya que en este programa se describirá que se les debe enseñar, quien los debe enseñar cuando, como y donde los deben enseñar esto basándose en las necesidades que se diagnosticaron en la empresa para poder satisfacerlas.

3.9 PROCESO DE CAPACITACIÓN

El proceso de capacitación del cual se hablara en este apartado es muy importante pues dicta o da el modelo a seguir para llevar a cabo una buena capacitación para lo cual se debe seguir todos los pasos o fases que se indican.

Para poder llevar a cabo adecuadamente el proceso de capacitación, se deben tener en perspectiva o en cuenta muchos factores que al igual se desarrollan como el proceso administrativo ya que se debe ver con anticipación cuales son las necesidades que se tienen, se debe planear como se pretenden cubrir estas necesidades, se debe organizar y controlar las actividades necesaria para llevar a

cabo las capacitaciones es de vital importancia adecuar todos los factores para tener un proceso adecuado.

3.9.1 DETECTAR NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

“Los gerentes y empleados de recursos humanos deben permanecer alerta a los tipos de capacitación que se requieren, cuando se necesitan, quien los precisa y que métodos son mejores para dar a los empleados el conocimiento, habilidades y capacidades necesarios. Si, de manera consistente, los empleados no alcanzan los objetivos de productividad, esto podría ser señal de que requieren de capacitación.”
(Bohlander, Snell y Sherman; 2001; 218)

3.9.2 DISEÑO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

“Una vez que se determinan las necesidades de capacitación, el siguiente paso es diseñar el entorno de aprendizaje necesario para aumentar el aprendizaje. El éxito de los programas de capacitación depende de algo más que la capacidad de la organización para identificar las necesidades de capacitación; se basa en tomar la información que se obtuvo del análisis de necesidades y utilizarlas para diseñar programas de capacitación de alto nivel. Los expertos creen que el diseño de capacitación debe enfocarse al menos en cuatro cuestiones relacionadas. 1) objetivos

de capacitación 2) deseo y motivación de la persona 3) principios de aprendizaje 4) características de la instrumentación.”(bohlander, Snell y Sherman; 2001; 223)

“El meollo de la implementación del programa de capacitación es la elección de los métodos de instrucción. Cuando se escoge entre varios métodos, una consideración fundamental es determinar cuáles son apropiados para los conocimientos, habilidades y capacidades que se han de aprender.” (Bohlander, Snell y Sherman; 2001; 229)

3.9.3 EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

“La capacitación, al igual que cualquier otra función de la administración de recursos humanos, debe evaluarse para determinar su eficacia. Existen varios métodos para evaluar hasta qué punto los programas de capacitación mejoran el aprendizaje, afectan el comportamiento en el trabajo e influyen en el desempeño final de una organización.” (Bohlander, Snell y Sherman; 2001; 244)

Proceso de entrenamiento

1. Insumos (entradas o inputs): como educados, recursos de la organización, información, conocimientos, etcétera.
2. Proceso u operación (throughputs): como procesos de enseñanza, aprendizaje individual, programas de capacitación entre otros.
3. Productos (salidas u outputs): como personal capacitado, conocimientos, experiencias, éxito o eficacia organizacional, etcétera.

4. Realimentación (feedback): como evaluación de procedimientos y resultados de la capacitación, ya sea con medios informales o procedimientos sistemáticos.”(Chiavenato; 2011; 324)

El proceso de capacitación es el método mediante el cual la empresa busca lograr la adecuada capacitación de su personal esto se logra gracias a las diferentes fases o etapas que conforman el proceso iniciando con una búsqueda exhaustiva de las necesidades de capacitación y ver donde se está fallando, seguido de diseñar el proceso mediante el cual se va a capacitar a su personal seguido de la implementación del programa y la evaluación del mismo para revisar y encontrar si todavía existe alguna necesidad de capacitación.

Y es que es gracias a este proceso que las organizaciones pueden capacitar a su personal para que este sea más productivo y capaz de mejorar en todas las áreas que estas lo necesiten.

3.9.4 ADIESTRAMIENTO O ENTRENAMIENTO

Dentro de este apartado se mencionara el adiestramiento conociendo sobre el que este busca desarrollar las habilidades y destrezas de carácter más que nada físico siendo el adiestramiento que se imparte más que nada a obreros y personal que utiliza algún tipo de maquinarias,

“Es el proceso de desarrollo de cualidades en los recursos humanos para habilitarlos, con el fin de que sean más productivos y contribuyan mejor a la consecución de los objetivos organizacionales. El propósito del entrenamiento es aumentar la productividad de los individuos a su cargo, influyendo en sus comportamientos.

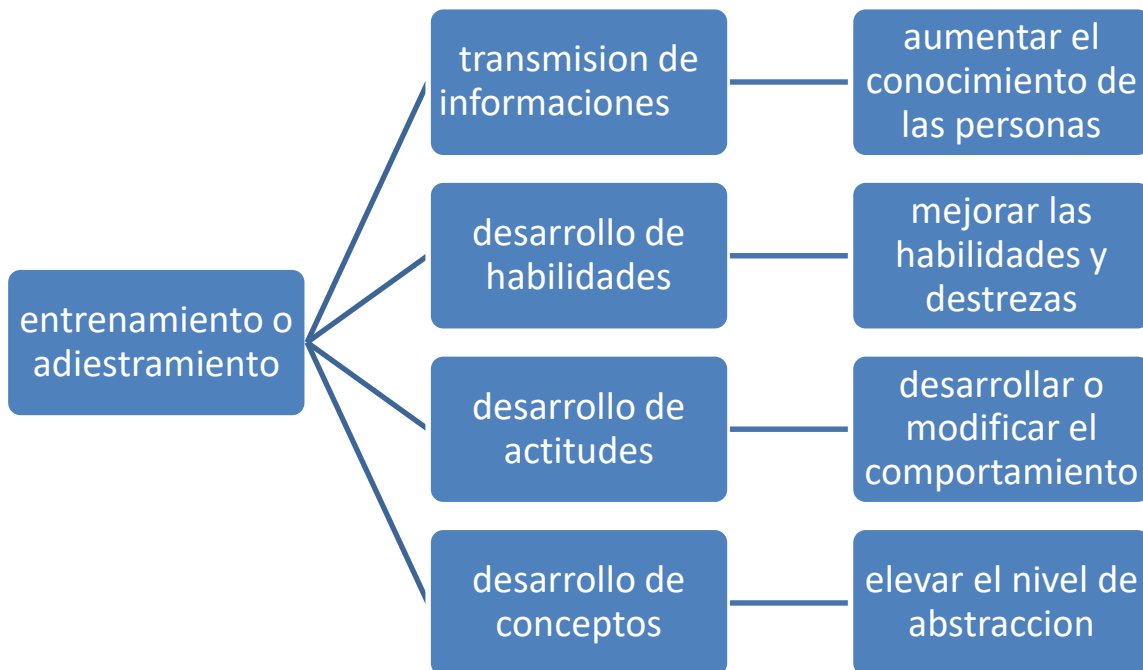


Figura 12.1 las cuatro clases de cambio logrado mediante el entrenamiento”

(Chiavenato; 2002; 306”

3.10.- ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

En este primer apartado se analizará el concepto de lo que es la administración de recursos humanos y su importancia desde diferentes puntos de vista ya que las perspectivas de los autores son diferentes aquí se encontrara información de la administración de recursos humanos.

“La administración de recursos humanos (área de Rh) es un área relativamente nueva. El profesional de recursos humanos es un ejecutivo en organizaciones grandes y medianas. Sin embargo, el área de Rh es permanentemente aplicable a cualquier tipo y tamaño de organización” (Chiavenato; 2011: 96)

“La administración de recursos humanos se refiere a las prácticas y políticas necesarias para manejar los asuntos que tiene que ver con las relaciones humanas del trabajo administrativo; en específico, se trata de reclutar, capacitar, evaluar, remunerar y ofrecer un ambiente seguro y equitativo para los empleados de la compañía”. (Dessler; 2004.2)

“La administración de recursos humanos es el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las “personas” o recursos humanos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación del desempeño. (Martilla citado por Chiavenato; 2002; 9)

La administración de recursos humanos es una función administrativa dedicada a la adquisición, entrenamiento, evaluación, y remuneración de los empleados. En cierto sentido, todos los gerentes son gerentes de personas por que están involucrados en

actividades como reclutamiento, entrevistas, selección y entrenamiento. (Ivancevich citado por Chiavenato; 2002; 9)

Como se puede analizar la diferentes formas en que se describe la administración de recursos humanos, da como resultado que de estas definiciones se pueden encontrar bastantes similitudes con lo cual se puede dar una aportación más acerca de lo que tiene como significado la administración de recursos humanos.

La administración de recursos humanos son las prácticas, políticas y estrategias aplicadas desde la gerencia con el fin de realizar el proceso de contratación iniciando por reclutamiento, entrevista, selección, entrenamiento e incorporación de los empleados además de que se encarga del adecuado manejo del capital humano.

3.10.1.- IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Porque los recursos humanos son de importancia para la administración debido a que los RR.HH. Son el factor principal para que las empresas funcionen de manera adecuada mediante un proceso que se debe seguir para el buen funcionamiento de toda empresa

“¿Por qué estos conceptos y técnicas son importantes para todos los administradores? La respuesta más fácil quizá sea mencionar algunos errores que no quisiera cometer en su labor administrativa. Por ejemplo, usted no desea:

Contratar a la persona equivocada para el puesto

Experimentar alta rotación de personal

Encontrar empleados que no den lo mejor de si

Tener una compañía en juicio por violación de ley.

Recuerde que como gerente usted podría hacer buen trabajo desarrollar planes notables, trazar organigramas claros, establecer líneas de montaje modernas y usar controles contables eficaces--- y, aun así, fracasar si contrata a la gente equivocada o no motiva a sus subalternos. Por otro lado, muchos administradores; sean presidentes, directores generales, jefes de área o cualquier empresario, han tenido éxito incluso con planes, organizaciones o controles inadecuados. Fueron exitosos debido a que acertaron en la contratación de la gente adecuada para los puestos de trabajo, así como en motivarla, evaluarla y desarrollarla”. (Dessler; 2004.2-3)

Como bien se analiza la buena y correcta administración de recursos humanos permite no solo dejar de cometer errores que le pueden costar muy caro a las organizaciones sino que además, si se tiene un adecuado control y funcionamiento de la administración de recursos humanos se puede lograr el cumplimiento de muchas metas que beneficiaran tanto a la organización como a los empleados ya que son los empleados los que le dan el rumbo a la organización, esto porque si en la contratación de los recursos humanos se contrata a las personas equivocadas para los puestos de trabajo, aunque se tenga una excelente estructura y planeación las cosas no saldrán como se espera, y en cambio si se elige adecuadamente a las personas, aunque todos los planes no estén bien puede existir el éxito gracias a la buena administración de los recursos humanos.

3.10.2.- FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Para este apartado que nos pone de manifiesto cuales son las diferentes funciones y objetivos de la administración de recursos humanos ya que es este el proceso que se tiene para poder tener empleados satisfechos y bien formados para que trabajen adecuadamente.

“En el mundo de negocios caracterizado por la explosión de la innovación tecnológica, por la globalización de los mercados por la fuerte competencia entre las organizaciones, por la gradual e intensa desregulación de los negocios y por lo cambios demográficos, políticos y culturales (que ocasionan rápidas modificaciones, turbulencias e incertidumbres) las organizaciones necesitan ser rápidas, eficaces en costo y, sobre todo expeditas” (Chiavenato; 2011; 105-107)

“Las personas constituyen el principal activo de la organización; de ahí la necesidad de que esta sea más consiente y esté más atenta de los empleados. Las organizaciones exitosas perciben que solo pueden crecer, prosperar y mantener su continuidad si son capaces de optimizar el entorno sobre las inversiones de todos los socios, en especial de los empleados. Cuando una organización está orientada hacia las personas, su filosofía general y su cultura organizacional se reflejan en ese enfoque. La gestión del talento humano en las organizaciones es la función que permite la colaboración eficaz de las personas (empleados, funcionarios, recursos humanos o cualquier denominación utilizada) para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales.

Nombres de departamentos como departamento de personal, relaciones industriales, recursos humanos, desarrollo de talentos, capital humano o capital intelectual, se utiliza para describir la unidad, el departamento o el equipo relacionado con la gestión de las personas.

Cada uno de ellos refleja una manera de tratar a las personas. La expresión administración de recursos humanos todavía es la más común.

Las personas pueden aumentar o disminuir las fortalezas y debilidades de una organización dependiendo de la manera como se les trate. Para que los objetivos de la gestión de talento humano puedan alcanzarse, es necesario que los gerentes traten a las personas como elementos básicos de la eficacia organizacional. (Chiavenato; 2002; 9-10)

Para hablar de la función y objetivos de la administración de recursos humanos se tiene que analizar las funciones y obligaciones de los encargados de esta área esto debido a que sus funciones son las de llevar a cabo una buena toma de decisiones las cuales beneficien a toda la organización, en la arh radica toda la importancia de que una empresa sea exitosa, esto porque si bien se puede tener una buena planeación esta área está encargada de motivar, tratar bien al personal, brindarle las herramientas necesarias para la realización de su trabajo y por supuesto darles algo a cambio que es una remuneración económica, esta son unas de las principales funciones de la arh con las cuales se logra tener una mayor eficacia dentro de la organización. Ya que tratando a las personas como se debe se cumplen objetivos

más fácilmente pues el recurso humano es la principal arma con la cual se puede defender una organización en este mundo tan competitivo y globalizado.

El área de recursos humanos como proceso.

“El área de recursos humanos tiene un efecto en las personas y en las organizaciones. La manera de seleccionar a las personas, de reclutarlas en el mercado, de integrarlas y orientarlas, hacerlas producir, desarrollarlas, recompensarlas o evaluarlas y auditarlas –es la organización- es un aspecto crucial en la competitividad organizacional.

Los procesos básicos en la gestión de personas son cinco:

Integrar, organizar, retener, desarrollar y evaluar a las personas.

El ciclo de la gestión de personas se cierra en cinco procesos básicos; integración, organización, retención, desarrollo y control de las personas.” (Chiavenato; 2011:100)

En cuanto a las funciones que debe realizar el área de recursos humanos se encuentra desde políticas de provisión de recursos humanos, organización de recursos humanos, retención de recursos humanos, desarrollo de recursos humanos, y evaluación de recursos humanos.

Las políticas de provisión de recursos humanos consta y se puede componer de distintos factores como lo son investigación de mercado de recursos, se integra el reclutamiento, la selección y la integración en estas funciones se realizan actividades

como los son donde reclutar, como hacerlo, técnicas y las tácticas mediante las cuales se va a integrar el nuevo personal a la empresa.

La organización de recursos humanos es la función encargada de analizar y describir los puestos que se pretenden llenar, tiene que realizar una ubicación adecuada de los recursos humanos así como crearles una satisfacción para generar un plan de vida a la par de la empresa y esta se encarga de evaluar el desempeño de los empleados

La función de la retención de los recursos humanos se encarga en específico de lo que su nombre dice que es mantener o retener a los empleados contentos y satisfechos esto lo realiza en base a su salario, las prestaciones que debe otorgar una empresa, la higiene y seguridad para que los empleados estén satisfechos y cumplan adecuadamente con su trabajo.

La función de lo que es el desarrollo de los recursos humanos se encarga de desarrollar capacitar y mejorar al personal que labora en la empresa esto lo realizan mediante acciones como los son diagnóstico de problemas los cuales requieran de una capacitación para ser superado además de que con capacitaciones constantes logra mejorar la calidad de los trabajadores.

En la función de la evaluación de recursos humanos se encuentran factores como el rendimiento que tienen los empleados o que han tenido al paso de cierto tiempo trabajando en la empresa, esto en función a los resultados y análisis de las metas que ha cumplido el empleado.

Las funciones que debe cumplir el área de recursos humanos son muchas y variadas más sin embargo todas ellas tienen una finalidad y un factor en común que es trabajar con los recursos humanos, y esto a su vez tiene como finalidad mantener una organización con personal bien adaptado, capacitado, satisfecho y que trabaje cumpliendo las metas tanto de la empresa como de sí mismo para lograr satisfacerse a sí mismo y a la organización.

3.11.- LA MOTIVACIÓN COMO UN OBJETIVO DE LA CAPACITACIÓN

Al abordar este capítulo se hablara sobre la motivación como una herramienta para apoyar el crecimiento de los empleados, se abordaran algunas definiciones y tipos de motivación que existen y como se pueden utilizar para ejercer una fuerza en los empleados la cual los lleva a ser más productivos para la empresa por lo cual la motivación es una buena inversión en compañía con otras herramientas como la capacitación.

3.11.1- DEFINICIÓN DE MOTIVACIÓN.

La palabra motivación proviene del latín *motivus* que significa “causa del movimiento”, lo cual sugiere propiedades de activación motora para generarla conducta. Actualmente, se entiende que motivación implica los estados internos que dirigen al organismo hacia metas o fines determinados y le confieren intensidad a la conducta.

“puede decirse que está constituido por todos aquellos factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.” (Arias citado por Gaona; 2005; 28)

“la motivación es el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea.” (Chiavenato; 2002; 596)

“el proceso para despertar la acción, sostener la actividad en progreso y regular el patrón de actividad” (Young citado por cofer; 2007; 20)

“es un proceso que parte de un requerimiento fisiológico o psicológico, una necesidad que activa un comportamiento o impulso orientado hacia un objetivo o incentivo. La clave para entender el proceso de motivación reside en el significado de las necesidades, los impulsos y los incentivos, y en la relación entre ellos.” (hofer, citado por Chiavenato; 2005; 314)

En su acepción más sencilla, motivar significa `mover, conducir, impulsar a la acción´. (Münch; 2014; 196)

la motivación se puede conocer o definir como una forma mediante la cual se evoca diferentes factores personales del ser humano que le permiten provocar, crear o mantener una conducta deseada en cierta circunstancia esto teniendo una relación muy cercana con las metas y objetivos de los empleados.

La motivación para un administrador es de vital importancia su manejo y su conocimiento ya que si al estar frente a una empresa no conoce a sus empleados no puede lograr objetivos que se desean.

Al conocer las técnicas de motivación el administrador puede mejorar la empresa apoyado en motivar a sus empleados para que estos retribuyan a la empresa de forma adecuada con una mejor producción.

3.11.2.-TEORIAS DE MOTIVACIÓN

en este apartado se analizaran las diferentes teorías sobre el actuar y ser de la motivación basándose en dos teorías principales la de contenido la cual dentro de ella entra tres grandes corrientes y la teoría del enfoque externo.

3.11.3- TEORÍAS DE CONTENIDO

“estas tratan de especificar que impulsa la conducta. También son conocidas como teorías de explicación interna; han sido las de mayor difusión, por ello se les llama también teorías tradicionales; explican la conducta con base en tres procesos internos. Esta tendencia abarca tres grandes corrientes:

1. jerarquía de las necesidades, de maslow. establece que la naturaleza humana posee, en orden de predominio, cuatro necesidades básicas y una de crecimiento que le son inherentes.

A. básica

- fisiológicas. aquellas que surgen d la naturaleza física, como la necesidad de alimento, reproducción, etcétera.
- de seguridad. la necesidad de no sentirse amenazado por las circunstancias del medio.

- amor o pertenencia. los deseos de relaciones afectivas con las demás personas
- de estimación. la necesidad de confianza en sí mismo, el deseo de fuerza, logro, competencia y la necesidad de estimación ajena, que se manifiesta en forma de reputación, prestigio, reconocimiento, atención, importancia, etcétera.

B. crecimiento

- realización personal. el deseo de todo ser humano de realizarse a través del desarrollo de su propio potencial.

Estas necesidades se satisfacen en el orden en que se han anotado; de esta manera, cuando las necesidades número uno ha sido satisfecha, la número dos se activa, y así sucesivamente.

Cuando las personas han cubierto suficientemente sus cuatro necesidades básicas, es cuando se sienten motivadas por la necesidad de crecimiento.

2.- teoría de motivación e higiene, de Herzberg. Propone dos niveles de necesidades:

- a. factores de higiene o mantenimiento. Aquellos que evitan la falta de satisfacción, pero no motivan, como el tipo de administración vigente en la empresa, sus políticas, supervisión, salarios, etcétera.
- b. motivadores. Que incluyen la realización, el reconocimiento, la responsabilidad y el trabajo mismo.

3.- motivación de grupo. Diversos autores establecen que, para motivar a un grupo es necesario considerar ciertos factores como:

- A. espíritu de equipo. sentirse identificado con un grupo de trabajo para lograr fines comunes aumenta la productividad del empleado
- B. identificación con los objetivos de la empresa. coordinar los intereses de grupo con los individuales (y todos con los de la organización) motivara al grupo ya que este se autorrealizará con la obtención de objetivos.
- C. practicar la administración por participación. lograr que el trabajador se integre emocional y mentalmente a la situación del grupo de trabajo y a los objetivos de la empresa mediante su participación activa en las decisiones.
- D. establecimiento de relaciones humanas adecuadas. implantar sistemas adecuados de comunicación y autorrealización dentro de la empresa promueven la eficiencia del personal.
- E. eliminación de prácticas no motivadoras. para elevar la moral de los empleados es necesario eliminar las siguientes practicas:
 - control excesivo
 - poca consideración a la competencia
 - decisiones rígidas
 - no tomar en cuenta los conflictos
 - cambios súbitos.

TEORÍA DEL ENFOQUE EXTERNO.

Llamadas también del aprendizaje o de la modificación de la conducta organizacional, parten del supuesto de que la conducta observable en las organizaciones (así como sus consecuencias), son las claves para explicar la motivación, ya que relaciona los efectos que ejerce el ambiente sobre la conducta de los individuos. Mientras que la teoría tradicional las causas de la conducta so hipótesis, en la teoría externa los mecanismos ambientales y las conductas se pueden observar de tal manera que seguirán a determinadas conductas.”(Münch; 2014; 197-199)

En este apartado se abordaron las teorías que existen acerca de la motivación, sus iniciadores y principales autores, la forma en cómo es que se debe dar la motivación.

Ya que bien lo explican en ambas teorías la motivación es un factor muy utilizado y que se debe considerar en toda empresa ya que un personal motivado es un personal adaptado que lograra tener más éxito en su vida tanto laboral, como personal con lo cual beneficiara a la empresa esto porque al brindar una adecuada motivación al personal la empresa tendrá mejores resultados de este.

Una cosa que se debe tomar en cuenta durante la motivación es conocer los objetivos y metas de los trabajadores y encontrar una forma de adecuarlos con los de la empresa así de esta manera al cumplir los objetivos de la empresa cumplirá sus propios objetivos con lo cual el personal se motivara aún más y esto traerá como beneficio para la empresa que el trabajador se sienta autorrealizado, y con esto aumentar la productividad de la empresa.

Es por esto que la motivación es un factor que todo administrador deberá tener en cuenta a la hora de estar al frente de una organización para con apoyo de esta y la capacitación logre mejorar para bien en todos los ámbitos de la empresa.

3.11.4.- IMPORTANCIA DE LA MOTIVACIÓN

la motivación es un factor que siempre se debe considerar en cualquier aspecto de la vida no solo en el ámbito laboral sino que también este debe ser tomado en cuenta en ámbitos como laboral, personal, profesional o escolar.

En estos y otros ámbitos se debe tomar en cuenta ya que si las personas no están motivadas a la hora de realizar sus actividades no se obtendrá el resultado deseado independientemente del ámbito que se desarrolle.

Puesto que una persona bien motivada puede lograr alcanzar sus metas y objetivos de forma más fácil y rápida esto gracias a que la misma persona tiene en su pensamiento la idea de hacer las cosas bien y rápido ya que si lo hace obtendrá una recompensa ya sea monetario, de seguridad, de salud o de reconocimiento.

La importancia de la motivación radica en los efectos que esta causa ya que si se da de forma adecuada en una empresa por ejemplo lograra que el empleado logre adaptarse a los objetivos y metas de la empresa y cuando esta alcance sus metas el individuo se sentirá más motivado y autorrealizado con lo cual beneficiara a la empresa y a el mismo.

3.11.5 POR QUE INVERTIR EN MOTIVACIÓN

“la motivación laboral es un aspecto que nunca debe de faltar en tus empleados. Supone un cambio cualitativo a la hora de llevar a cabo un trabajo, pero también como forma parte de mantener un ambiente agradable y proactivo.

Uno de los beneficios más importantes de la motivación es el compromiso. Tener empleados motivados fácilmente se traducirá en empleados comprometidos y con ganas de sumar.” (<http://www.emprendepyme.net/la-motivacion-laboral.html>)

“como bien menciona sir Richard branson, fundador de virgin group, mantener empleados satisfechos hace que estos a su vez se ocupen mejor de nuestros negocios. La motivación laboral supone un cambio cualitativo a la hora de llevar a cabo un trabajo, pero también como forma de mantener un ambiente agradable y pro activo.

En el pasado, las empresas prestaban poca atención a la motivación laboral porque lo consideraban una pérdida de tiempo sin sentido, al igual que la formación laboral. Esto ha creado que muchas empresas se hayan estancado y se hayan vuelto poco competitivas. Pero a medida que el mercado se hacía más competitivo, de esa misma manera se fue dando valor a la importancia de tener empleados motivados.”

(<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2015/05/06/la-importancia-de-motivar-a-nuestros-empleados/>)

La motivación de los empleados para las empresas es más un beneficio que un gasto ya que si el personal de las empresas está capacitado adecuadamente la

empresa tendrá una mejor imagen como tal al tener personal capacitado, comprometido, actualizado y el personal tendrá la actitud de dar más por la empresa que lo tiene motivado esto a su vez debe ayudar a disminuir conflictos y aumentar el trabajo en equipo de todos los trabajadores de la empresa.

En base a toda la información sobre teoría relacionada con el tema de la investigación se buscan encontrar ahora la forma práctica de llevarlas a cabo dentro de las empresas de índole turística de la región de la ciudad de Uruapan Michoacán.

Se pretende en base a esta información encontrar las herramientas adecuadas para lograr el principal objetivo de esta investigación que es mejorar el servicio, buscando la mejora de esto en base a programas de capacitación, motivación y adiestramiento basados en la teoría de cómo se debe hacer de las mentes que escribieron la información obtenida para esta investigación.

Se pretende lograr la creación de estos planes y programas de calidad para mejorar el servicio y aplicarlos en los sitios turísticos de la región con lo cual se mejoraría tanto el servicio como la imagen que presenta la ciudad de Uruapan Michoacán pues aunque para muchos Uruapan no es el mejor lugar para viajar se busca que se posicione como uno de ellos al mejorar la calidad de sus servicios y atención que se brindan en el municipio.

CAPÍTULO IV:

LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURISTICOS.

Dentro de este capítulo se abordaran las definiciones de calidad, la cual es de vital importancia dentro de esta investigación ya que al capacitar al personal de los sitios es más alto en nivel de calidad en servicio el cual se ofrezca en la ciudad.

Calidad entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente

Antes de abordar la definición de la Calidad de Servicio, es pertinente hacer algunas precisiones.

Los bienes capaces de satisfacer las necesidades del cliente son, de acuerdo con su contenido, de dos clases: tangibles e intangibles. Los bienes tangibles suelen conocerse con el nombre de productos. Tienen una consistencia material. Se trata de objetos físicos cuya utilización por el cliente resuelve una necesidad sentida.

<https://www.aiteco.com/que-es-la-calidad-de-servicio/>

Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios“(Álvarez, 2006).

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

“La calidad se puede describir con estos cuatro factores:

- 1.- cumplir con las expectativas del cliente y despertar en las nuevas necesidades
- 2.- dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes
- 3.- eliminar o reducir al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso de producción.
- 4.- satisfacción del cliente, interno y externo.

A estas finalidades el concepto de calidad se muestra como un concepto de integración en la actividad desarrollada por cualquier organización

Por lo tanto se puede decir que actualmente la calidad representa un proceso de mejora continuo en el cual todas las áreas y niveles de la empresa se encuentran involucrados en la búsqueda de la satisfacción de las necesidades del cliente o incluso anticiparse a ellas activamente en el desarrollo de productos.”(Gutiérrez; 2012; 24)

Calidad de servicio es el nivel de excelencia que la empresa prestadora del servicio decide lograr y mantener, en función de los deseos y necesidades de sus clientes.

<http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/brindar-un-servicio-de-calidad-excepcional.aspx>

Por lo tanto se puede definir qué calidad es el punto en el cual se logra la satisfacción del cliente tanto interno como externo en todos los sentidos o en la

mayor parte de ellos, en la cual el cliente está contento con el producto o servicio de calidad que se le está brindando con lo cual genera mayor confianza en los clientes.

4.1 CALIDAD EN EL SERVICIO

"La calidad de servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función de la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía" (Berry et al, 1993)

La calidad de servicio no es fácil de conceptualizar pues se entiende que está sujeto a una serie de valores subjetivos, pero entendemos que está directamente relacionado con la percepción que tiene el cliente de un servicio en particular.

La calidad de servicio, que se extiende a la excelencia en el servicio al cliente y atención al cliente, garantiza la supervivencia de la empresa en un medio competitivo e incluso puede significar su liderazgo, por lo que la satisfacción del cliente es clave del éxito comercial.

En aquellas empresas en las cuales su producto es un servicio que se presta, la calidad no puede medirse matemáticamente y dependerá casi exclusivamente de la percepción del cliente, por lo que una efectiva interacción entre el cliente y la empresa se hace más necesaria que nunca.

En este caso, el producto depende de un accionar de la empresa, no es un producto concreto, por lo que la estandarización de su calidad es imposible y deberá adaptarse en el tiempo a las necesidades del cliente.

<http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/brindar-un-servicio-de-calidad-excepcional.aspx>

Calidad en el servicio: Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Un servicio de calidad es ajustarse a las especificaciones del cliente, en tanto realidad como percepción, es como el cliente percibe lo que ocurre basándose en sus expectativas de servicio.

Un buen sistema de calidad del servicio se puede constituir en el diferenciador de los servicios que se ofrecen, dado que se pueden percibir como “commodities”, los cuales deben distinguirse por los niveles de satisfacción de los clientes y por el

sistema que soporta esos índices de desempeño que se informan con puntualidad, validez y pertinencia a los clientes.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/macm/mateos_z_mm/capitulo2.pdf

4.2 IMPORTANCIA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir.

La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Anónimo (2013):

La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado. Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación. Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido. Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

En base a todos estos factores que conforman la calidad y calidad en el servicio es de suma importancia la inversión en capacitación y adiestramiento para los empleados ya que si la empresa cuenta con el personal debidamente capacitado con los conocimientos necesarios puede lograr una mejora en el servicio, y con esto brindar sus servicios con una excelente calidad tanto en el trato como en el servicio, con lo cual aumentara el número de visitantes.

CAPÍTULO V:

CASO PRÁCTICO CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO COMO PRINCIPAL FACTOR EN EL CAMBIO DE IMAGEN DE LA CIUDAD DE URUAPAN.

5.1 JUSTIFICACIÓN DE ESTA INVESTIGACIÓN

La investigación que se presenta tiene como principal objetivo mejorar la imagen turística de la ciudad de Uruapan Michoacán debido a que los servicios y la imagen que genera no son muy adecuados por lo cual se busca lograr esa mejora la cual ayudara a no solo a los sitios turístico sino que también la imagen de todo Uruapan mejoraría con estas acciones.

Se pretende lograr esto mediante diferentes factores tales como diferentes programas y planes de capacitación, adiestramiento y motivación para mejorar en todos los servicios que se otorgan en los sitios turísticos y emblemáticos de la ciudad.

Estas actividades se pretenden realizar en los sitios turísticos a fin de que no se pierda tiempo en traslados y dejen de atender a los visitantes otorgando talleres, pláticas y cursos para mejorar el servicio.

5.2.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN PARA UTILIZAR

Para la realización de esta investigación se opta por utilizar el método de la observación directa, esto debido a que se visitaron algunos de los sitios turísticos más importantes de la ciudad de Uruapan con lo cual se pudo constatar cómo es la atención y el servicio que se brinda en estos lugares, además de que también se utilizó otra herramienta como lo son las encuestas online que gracias a la tecnología se vuelve una herramienta de gran utilidad para la realización de investigaciones de esta magnitud así como entrevistas con los directores de estos sitios con la finalidad de obtener información acerca de las acciones que han realizado dentro de estos lugares para mejorar la cantidad de visitantes.

Para la realización se tomó una muestra de la población que visitó la ciudad de Uruapan en el año de 2005 que fue la información más reciente que se pudo encontrar en la página del inegi teniendo como base una población de 910,528 visitantes que se tiene registro.

Para obtener la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas que es la sig.:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

- n = total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

Fuente: <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>

$$N = \frac{(910528 * 1.96^2 * .5 * .5)}{(.05^2 * (910527) + 1.96^2 * .5 * .5)}$$

N=383.9984

N = 384 encuestas

En base a la formula realizada y los datos obtenidos se llega a la conclusión de que se deben aplicar un total de 384 encuestas

5.3 FORMATO PARA INVESTIGACIÓN DIRECTA EN LOS SITIOS TURÍSTICOS DEFINIDOS.

ATRIBUTO	PARQUE NACIONAL	CENTRO HISTORICO	HUATAPERA	TZARARACUA
ACTITUD				
AMABILIDAD				
RESPONSABILIDAD				
RAPIDEZ				
CALIDAD				
TOTAL				

Se calificaron los 5 rubros de 1 a 5 siendo:

- 1- Muy malo
- 2- Malo
- 3- Regular
- 4- Bueno
- 5- Muy bueno

En base a estos puntos es que se realizó la observación directa en una de las distintas zonas de cada sitio visitado. Para realizar esta investigación se tomaron

como punto de investigación 5 diferentes lugares los cuales por su importancia para la ciudad fueron elegidos para la investigación.

ATRIBUTO	PARQUE NACIONAL	CENTRO HISTORICO	HUATAPERA	TZARARACUA
ACTITUD	4	3	3	4
AMABILIDAD	4	4	4	4
RESPONSABILIDAD	3	2	5	5
RAPIDEZ	3	4	4	4
CALIDAD	4	2	4	4
TOTAL	18	15	20	21

Gracias a la observación directa que se realizó dentro de estas empresas o sitios turísticos se logró conocer un poco más a cerca de la forma de trabajo y la actitud de los empleados respecto a los visitantes, con la observación se pude constatar de forma general como es que se realiza todos los procesos desde que llega el visitante hasta que se va.

PROPUESTA DE UN MODELO DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO
DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE
URUAPAN, MICHOACÁN

Encuesta para conocer aspectos necesarios para mejorar la imagen turística de la ciudad de Uruapan Michoacán en base a un modelo de capacitación y adiestramiento.

Lee con atención todas las preguntas elige la opción más adecuada.

¿Cuántos años tiene? _____ Sexo: F____ M____

1.- ¿Cuál es su ocupación?

2.- ¿cómo considera la imagen turística de la ciudad de Uruapan Michoacán?

a) Excelente b) buena c) regular d) mala e) pésima

3.- ¿ha visitado usted algún sitio turístico de la región de Uruapan Michoacán?

a) Parque nacional b) centro histórico c) Tzararacua d) otro.

4.- si usted respondió que sí ha visitado al menos un sitio turístico ¿Qué es lo mejor del servicio?

- A. Conocimiento de la historia de las zonas turísticas
- B. Facilidad de palabra
- C. Responsabilidad de quien le atendió
- D. Actitud de las personas
- E. Trato personal

5.- considera que el servicio que prestan en las zonas turísticas de la ciudad de Uruapan es:

- A. Adecuado
- B. Bueno
- C. Regular
- D. Inadecuado
- E. Malo

6.- ¿Qué aspectos son los que usted más valora de un buen servicio?

- a) Capacitación.
- b) Motivación
- c) Adiestramiento
- d) Trato
- e) Actitud
- f) conocimiento
- g) Otro

7.- ¿Estaría usted de acuerdo en que se capacitara a los empleados en aspectos como?

__Idiomas (inglés). __atención al cliente. __valores __Facilidad de expresión

__Conocimiento __Otros (menciónalo)

8.- ¿Por qué cree que con una buena capacitación y adiestramiento se podría mejorar la imagen que dan los sitios turísticos para atraer más visitantes?

9.- ¿Cree que con capacitaciones se beneficiaría tanto al establecimiento como a los clientes?

Sí. No.

¿Por qué? _____

10.- En que recomendaría usted que se mejorará, para atraer más turistas.

__Infraestructura __Tecnología __Capacitación __Trato cordial __Precio __otros (menciónalo)

11.- ¿Regresaría usted a estos sitios si se mejorará la atención y el servicio que ahí se brinda?

Sí____ No____ ¿por que ? _____

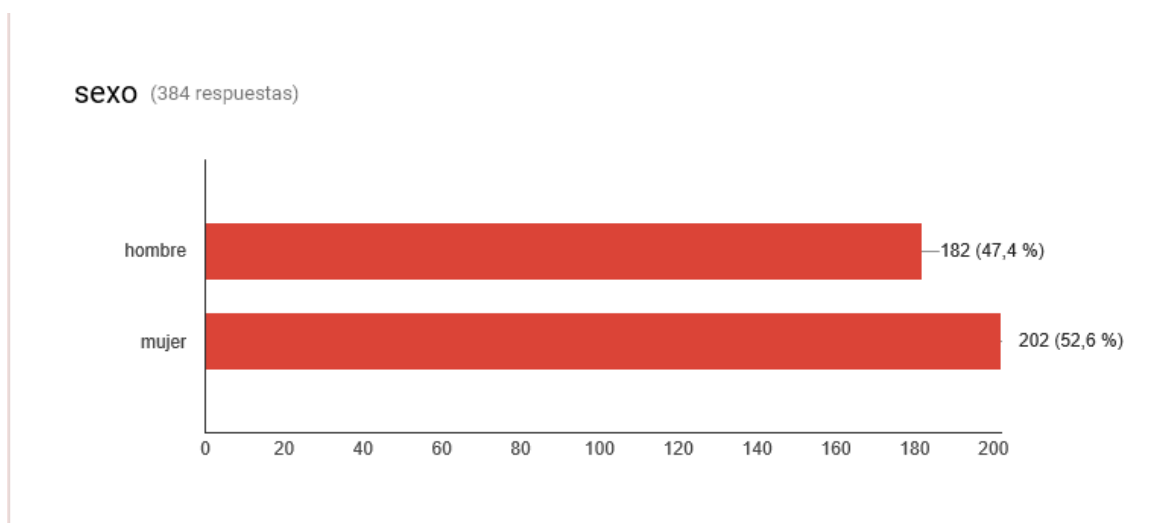
12. ¿Está usted de acuerdo que con capacitaciones, adiestramiento y mejoras cambiaría la imagen turística de la región de Uruapan Michoacán?

Si____ no____

5.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Las edades que están dentro del rango de los encuestados abarca desde los 17 años hasta los 75 años de edad que han visitado alguna vez la ciudad de Uruapan y alguno de los sitios turísticos que aquí ahí dando un aproximado con una edad promedio de entre 36 a 38 años de edad .

Sexo: f_____ m_____



(Encuesta directa 2016)

Esta grafica arroja como resultado que el 52.6% de los encuestados son mujeres y el 47.4 %son hombres para hacer un total del 100%.

1.- ¿Cuál es su ocupación?

Las principales ocupaciones registradas durante el levantamiento de esta encuesta son:

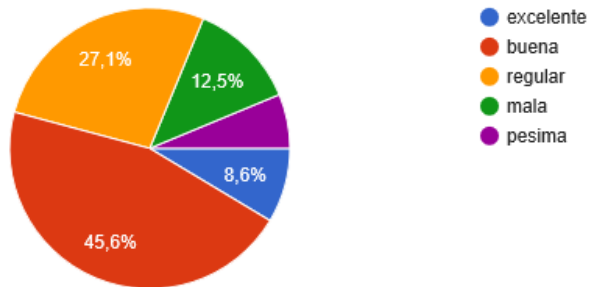
Estudiantes, arquitectos, agricultores, administradores, doctores, obreros, abogados, electricistas, mecánicos y amas de casa son las principales ocupaciones que se derivaron de esta encuesta además de muchas otras ocupaciones las cuales se mostraron en menor cantidad que las antes mencionadas.

2.- ¿Cómo considera la imagen turística de la ciudad de Uruapan Michoacán?

A) excelente b) buena c) regular d) mala e) pésima

¿cómo considera la imagen turística de la ciudad de Uruapan Michoacán?

(384 respuestas)



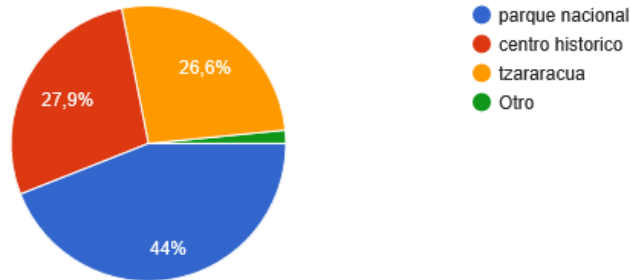
(Encuesta directa 2016)

Según los datos obtenidos durante las encuestas, el 45.6% están de acuerdo en que el servicio es bueno, el 27.1% cree que es regular, el 12.5% dice que es malo, el 8.6% dicen que el servicio es excelente y el 6.2% dice que es pésimo el servicio que se ofrece en los sitios turísticos de Uruapan.

3.- ¿Ha visitado usted algún sitio turístico de la región de Uruapan Michoacán?

¿ha visitado usted algún sitio turístico de la región de Uruapan Michoacán?

(384 respuestas)



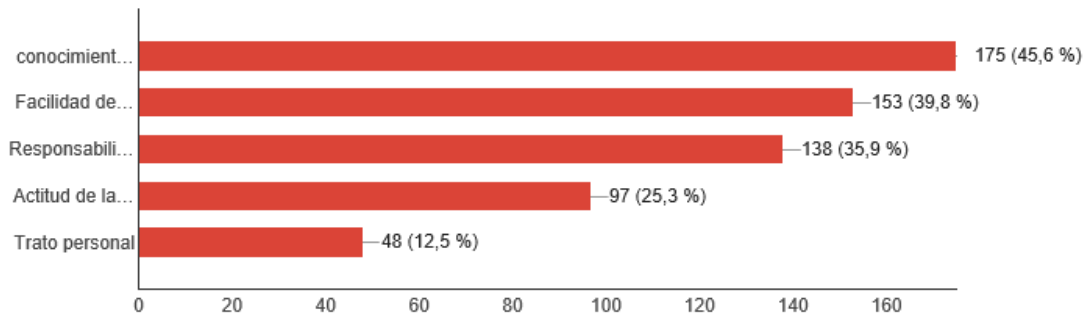
(Encuesta directa 2016)

En esta grafica se puede observar que del 100% de los visitantes el 44% a visitado el parque nacional, mientras que el 27.9% visito el centro de la ciudad y el 26.6% visito la Tzararcua mientras que el 1.5%a visitado otros lugares, por lo cual en conclusión el lugar más visitado de la ciudad es el parque nacional de la ciudad de Uruapan Michoacán.

4.- Si usted respondió que sí ha visitado al menos un sitio turístico ¿qué es lo mejor del servicio?

Si usted respondió que sí ha visitado al menos un sitio turístico ¿que es lo mejor del servicio?

(384 respuestas)



(Encuesta directa 2016)

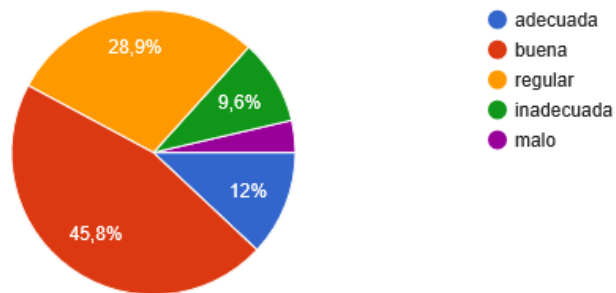
Esta grafica muestra que es lo mejor del servicio siendo el conocimiento que tienen los trabajadores, debido a que en esta pregunta el encuestado podía seleccionar más de una opción se obtienen estos resultados, mientras que por otro lado lo que menos les gusta a los visitantes es el trato que reciben.

Por tal motivo este se marca como un punto en el cual se puede trabajar para que se mejore el servicio que se da en estos sitios.

5.- Considera que el servicio que prestan en las zonas turísticas de la ciudad de Uruapan es:

considera que el servicio que prestan en las zonas turísticas de la ciudad de Uruapan es:

(384 respuestas)



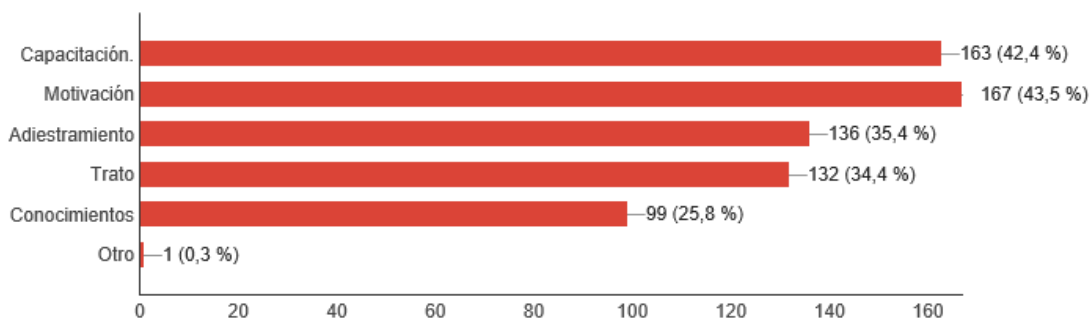
(Encuesta directa 2016)

De acuerdo con los resultados que se registraron para saber cómo es el servicio se obtuvo que el 45.8% cree que es bueno, mientras que el 28.9 %lo cree regular, el 12% piensa que es excelente, el 9.6 piensa que es inadecuado y el resto dice que es mal, por tal motivo se debe analizar qué es lo más viable para mejorar aún más el servicio.

6.- ¿Qué aspectos son los que usted más valora de un buen servicio?

¿Qué aspectos son los que usted más valora de un buen servicio?

(384 respuestas)

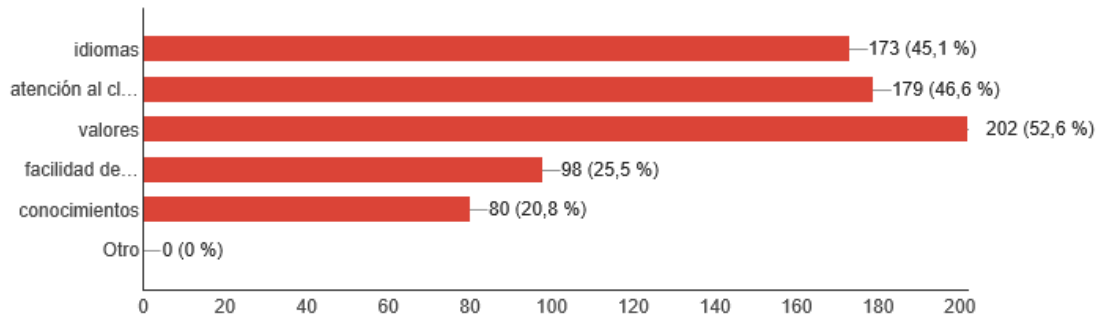


(Encuesta directa 2016)

En esta grafica se demuestra que es lo que más se valora de un buen servicio, debido a que en esta pregunta el encuestado podía seleccionar más de una opción se dan estos resultados, sin embargo es claro que los aspectos más valorados son la motivación que tiene el trabajador, seguido de la capacitación y el adiestramiento que reciban para dar un buen servicio, por esto es que se puede trabajar más en estos puntos.

7.- ¿Estaría usted de acuerdo en que se capacitara a los empleados en aspectos como?

estaría de acuerdo en que se capacitara al personal en: (384 respuestas)



(Encuesta directa 2016)

Gracias a los resultados de esta grafica se puede denotar los aspectos en los que se podría capacitar al personal de los sitios turísticos, como lo es valores que es la más seleccionada, seguida de atención al cliente e idiomas. Estos resultados se dan debido a que el encuestado podía seleccionar más de un tema en el cual se puede realizar capacitación.

Por tal motivo es algo que se debe tomar en cuenta para mejorar los planes de capacitación de los sitios turísticos.

8.- ¿Por qué cree que con una buena capacitación y adiestramiento se podría mejorar la imagen que dan los sitios turísticos para atraer más visitantes?

Debido a que esta pregunta es abierta y el encuestado la podía contestar a su criterio se optó por realizar un análisis de todas las respuestas para realizar un concentrado con lo más importante de lo que los visitantes piensan.

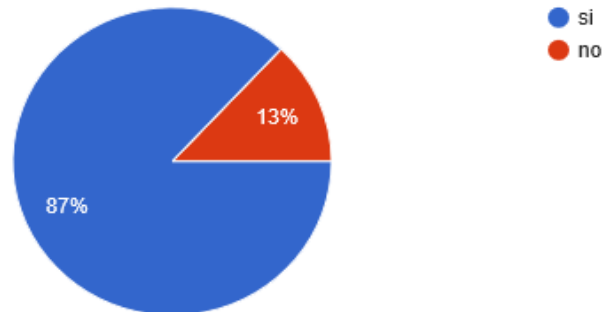
Para los encuestados las capacitaciones y adiestramiento son un factor de gran importancia en cualquier ámbito ya que son fundamentales para mejorar en cualquiera que sea el servicio o trabajo que se da, es por esto que las personas creen que al realizar, tanto capacitaciones como adiestramiento se puede mejorar en mucho la imagen ya que al tener los sitios turísticos y estos cuenten con personal bien capacitado y preparado para dar un buen servicio al visitante, entonces el visitante se llevara una mejor calidad del servicio lo cual tendrá como resultado un cliente mejor satisfecho, el cual hablara bien del servicio que se le brinda en la ciudad.

Esto a su vez llevara a que la imagen de cómo es vista la ciudad de Uruapan mejore, mucho más lo cual la puede hacer mucho más atractiva para el turista, con lo cual se lograría la atracción de un mayor número de turistas que visitarían la ciudad.

9.- ¿Cree que con capacitaciones se beneficiaría tanto al establecimiento como a los clientes? Sí. No.

¿Cree que con capacitaciones se beneficiaría tanto a el establecimiento como a los clientes?

(384 respuestas)



(Encuesta directa 2016)

En esta grafica se puede ver que el 87% de la población está de acuerdo en que las capacitaciones benefician tanto al establecimiento como a los clientes, mientras que el 13% no cree lo mismo.

Se preguntó el porqué de su respuesta para lo cual se realizó un análisis y concentrado de lo más importante.

Las personas que contestaron que si beneficiaría piensan que una capacitación es para mejorar entonces al dar un mejor servicio el establecimiento tiene mucho para ganar como, económicamente, cambia su imagen, atrae más turistas, el turista habla

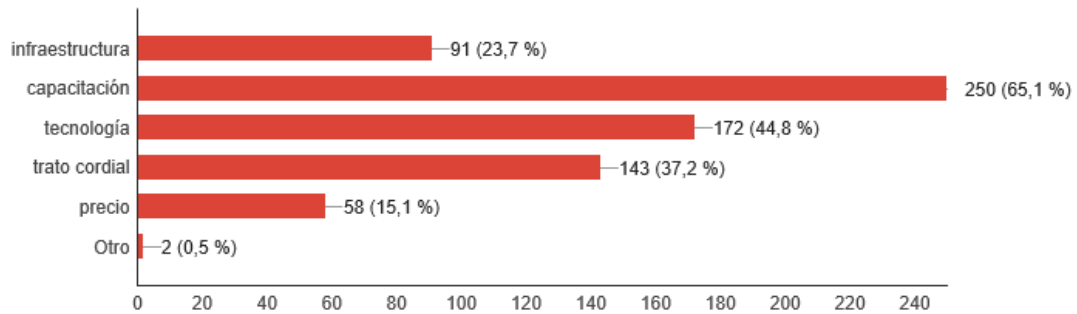
bien si se le atiende bien y por otro lado el cliente, visitante o turista también gana ya que recibe un mejor servicio, mejor atención, y una mejor experiencia en su recorrido.

Por otro lado el 13% que cree que no beneficia piensan que en muchas ocasiones ya sea el cliente o el trabajador no aprecia las capacitaciones y no las toman en cuenta por lo cual piensan que es un desperdicio de tiempo.

10.- En que recomendaría usted que se mejorará, para atraer más turistas.

En que recomendaría usted que se mejorará para atraer más turistas

(384 respuestas)



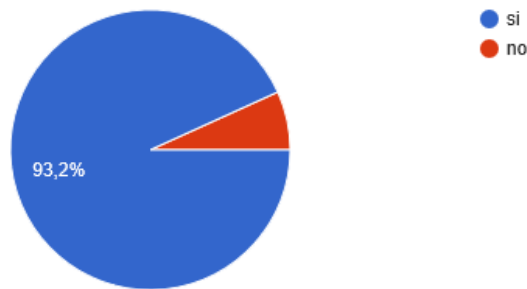
(Encuesta directa 2016)

Las personas encuestadas como lo muestra la gráfica recomiendan que la ciudad mejore en capacitación, tecnología y trato cordial esto para darle una mejor imagen a la ciudad de Uruapan

11.- ¿ Regresaría usted a estos sitios si se mejorará la atención y el servicio que ahí se brinda?

¿Regresaría usted a estos sitios si se mejorará la atención y el servicio que ahí se brinda?

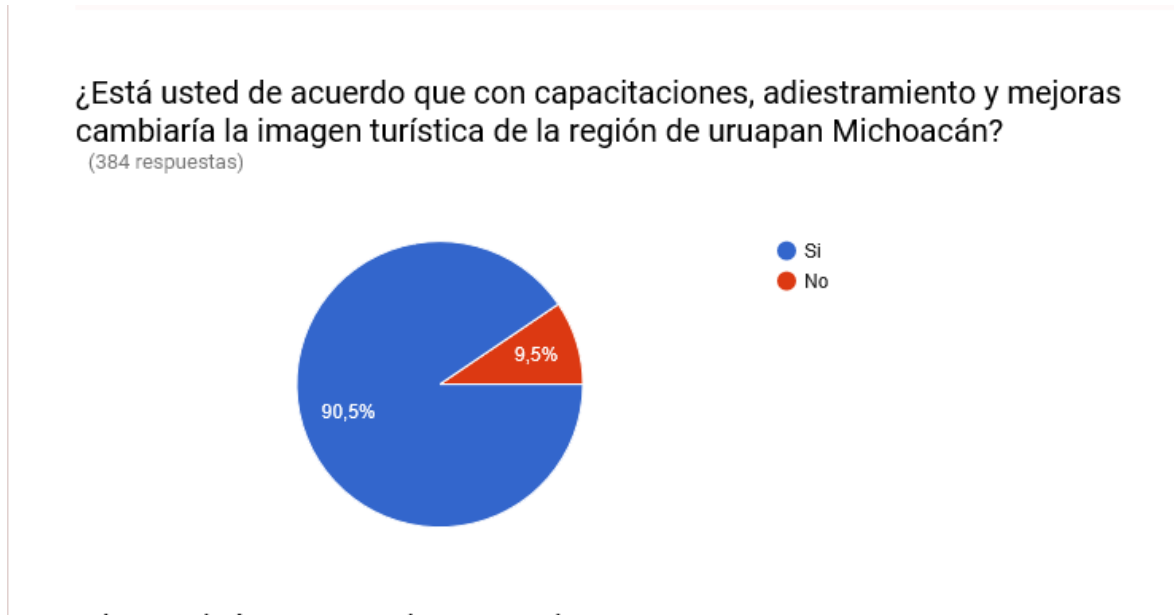
(384 respuestas)



(Encuesta directa 2016)

Como se puede apreciar en la gráfica el 93.2% de los visitantes si regresarían si se mejorara el servicio y la atención ya que al preguntar el por qué contestaron que es una ciudad muy bella y que si se mejora en estos aspectos tendrá mucho más visitas además de que es una ciudad llena de cultura, tradiciones y más lugares por conocer, mientras que el 6.8% no regresaría debido a la inseguridad y algunos a el mal servicio que recibieron.

12. ¿Está usted de acuerdo que con capacitaciones, adiestramiento y mejoras cambiaría la imagen turística de la región de Uruapan Michoacán?



(Encuesta directa 2016)

El 90.5% de los encuestados está de acuerdo en que la imagen mejoraría con capacitaciones, adiestramiento y mejoras mientras que el 9.5% no está de acuerdo en que cambiara solo con eso.

En la opción a comentarios

Los encuestados piden que el gobierno realice investigaciones como esta, para mejorar no solo en imagen a la ciudad, también muchas personas mencionan el tema de la inseguridad que se vive en la ciudad lo cual es un factor que marca mucho la imagen de la ciudad de Uruapan como punto vacacional

5.5. PROPUESTA

Atracción de turismo

- Se pretende elevar el número de visitantes que arriban cada año a la ciudad de Uruapan mejorando la calidad de los servicios que se ofrecen en toda la región. Con esto se logra la captación de mucho más recurso económico para mejorar día con día.
 - El objetivo principal de esta propuesta es la mayor atracción de visitantes para el municipio en base a la mejora de los servicios.

Programa de mercadotecnia

- Se realizara la propuesta de crear un sistema de promociones llamativas para los visitantes que además de tener precios accesibles sean de calidad. La idea de promociones surge por la necesidad que Uruapan no es un sitio de alta atracción turística a pesar de la gran cantidad de lugares para visitar con esto se busca dar a conocer las bellezas de Uruapan.
 - El objetivo de este programa es crear las promociones adecuadas y atractivas con la finalidad de mejorar la cantidad de ofertas y promociones que beneficien al turismo.

Capacitación y cursos eficientes.

- Se pretende crear cursos mediante los cuales se puedan actualizar todos los conocimientos de los trabajadores de estos sitios turísticos. Así mediante

estos cursos se tenga personal altamente capacitado que pueda brindar un servicio con mayor calidad y eficiencia.

- Diseñar un programa de capacitación y adiestramiento basado en los temas que se mencionaron que son de suma importancia, para lograr la mejora de la imagen de la ciudad de Uruapan basándose en mejorar los servicios que se brindan en estos sitios.
- El objetivo principal de estas propuestas es dar una mejor atención al cliente, en base al servicio de calidad y eficiencia con el cual se podrá lograr una mayor atracción de turismo a la ciudad y lograr aumentar la captación de recursos económicos.

Capacitación y adiestramiento

Se propone una capacitación con duración de un mes dividido en 12 sesiones de 1 hora para capacitar sobre temas como trato al cliente, valores, conocimientos de los sitios turístico,

- Estas capacitaciones se llevarían a cabo en el lugar de trabajo y en horarios que no se opongan los empleados.

- Quienes darán los cursos serán maestros o especialistas en esos temas que tengan la facilidad de brindar ese apoyo.

Para el tema de la capacitación en idiomas se busca la realización de un curso intensivo para que el empleado se pueda comunicar desde lo más básico hasta algo un poco más complicado

El costo de la capacitación se buscare sea gestionado por la presidencia municipal presentando el proyecto, ya que la mayoría de los sitios son parte del municipio por lo cual se pretende sea cubierto por ellos.

5.6 EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN.

La evaluación de estas capacitaciones se llevara a cabo por cada ponente mediante un examen el cual realizaran al término de su curso con el cual se podrá medir si aprendieron algo y si podrán llevar a la práctica lo aprendido dentro del curso.

5.7 OBJETIVO DEL PROGRAMA DE CAPACITACION

El principal objetivo del programa es lograr que el personal de las organizaciones o sitios turísticos esté capacitado y logre generar en los visitantes esa confianza y entregarles un servicio de calidad para cambiar la imagen de los sitios.

- Objetivos particulares: mayores conocimientos de los sitios por parte de los empleados y los compartan con los visitantes.
- Generación de mejores atractivos en base a el servicio de calidad

5.8 COMPETENCIAS A DESARROLLAR MEDIANTE EL CURSO

Durante los cursos o talleres que se proponen se pretende que los empleados desarrollen su capacidad de atención, conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes, con el desarrollo de estas competencias se lograra mejorar la calidad de los servicios.

Así los empleados logran en base a estas mejoras brindar un servicio con el cual el visitante se quede satisfecho en base a la calidad del servicio, la atención brindada y las actitudes de los empleados.

5.9 Formato de programa de capacitación

Nombre del empleado:

puesto:

Marketing turístico	8:00 a 9:00 pm Lunes y viernes	1 semana	Lic. Laura moscardo	Universidad don vasco Salón 31
Ingles básico	8:00 a 9:00 pm Lunes y viernes	1 semana	Lic. Yolanda Elizeth miranda Chávez	Universidad don vasco Salón 43
Conocimientos históricos de Uruapan	8:00 a 9:00 pm Lunes y viernes	1 semana	Lic. Efraín caballero	Universidad don vasco Salón 33
Modales, valores y actitudes en atención	8:00 a 9:00 pm Lunes y viernes	1 semana	Maestro. Arturo Ávila val	Universidad don vasco salón 32
Atención al cliente	8:00 a 9:00 pm Lunes y viernes	1 semana	Lic. Jonathan Marcelino Quiroz G	Universidad don vasco Salón 31

MARKETING TURÍSTICO

Sesión 1	Antecedentes turísticos
Sesión 2	Clasificación de turistas
Sesión 3	Herramientas tecnológicas
Sesión 4	Creación de paquetes turísticos
Sesión 5	Evaluación examen

INGLES BÁSICO

Sesión 1	Introducción a ingles básico
Sesión 2	Primeras oraciones en ingles
Sesión 3	Actividades para desarrollar el entendimiento del ingles
Sesión 4	Actividades para desarrollar el entendimiento del ingles
Sesión 5	Evaluación examen

CONOCIMIENTOS HISTÓRICOS DE URUAPAN

Sesión 1	Antecedentes históricos
Sesión 2	Acontecimientos relevantes de Uruapan
Sesión 3	Personajes relevantes de la historia de Uruapan
Sesión 4	Guía de lugares relevantes de la ciudad de Uruapan.
Sesión 5	Evaluación examen

MODALES, VALORES Y ACTITUDES EN ATENCIÓN

Sesión 1	Valores
Sesión 2	Modales
Sesión 3	Actitudes para la mejor atención
Sesión 4	Actividades de atención
Sesión 5	Evaluación examen

ATENCIÓN AL CLIENTE

Sesión 1	Actitud de servicio
Sesión 2	Como atender a clientes exigentes
Sesión 3	Respeto al cliente
Sesión 4	Atención al cliente para dar un excelente servicio
Sesión 5	Evaluación examen

5.10. CONCLUSIONES

Dentro de la siguiente conclusión se abordaran temas o resultados de relevante importancia para entender el papel que tiene la imagen turística de la ciudad de Uruapan y así poder conocer el grado de importancia que tiene el turismo para la ciudad.

Si bien la ciudad no está muy mal en los sitios turísticos se puede ver que no tiene la misma imagen de años atrás en la cual se posicionaba como un buen destino para viajar por lo cual se puede decir que la mala imagen de la ciudad no es debido al mal servicio ya que el factor que más influye es la inseguridad sin embargo el mal servicio también es parte importante de este factor.

- Si bien los resultados que arroja el estudio desarrollado, no marca que la imagen turística de la ciudad este muy dañada si da de que hablar en el tema de los servicios que se ofrecen en los establecimientos o sitios turísticos como lo son el parque nacional, el centro de la ciudad y la Tzararacua, los servicios no son considerados del todo buenos, ya que presentan algunas carencias lo cual tiene como conclusión un mal servicio para el visitante.
- Muchas personas creen que el servicio debe mejorar en aspectos como atención al cliente, valores de los encargados de los establecimientos, trato personal para los visitantes y mejorar los conocimientos, siendo estos algunos puntos en los cuales se puede mejorar para brindar un mejor servicio que sea de calidad y deje satisfecho al cliente.

- Por otro lado los aspectos que más valora un visitando de un buen servicio son la motivación con la que trabajan, el que estén bien capacitados para que ellos puedan dar un mejor servicio.
- Otros factores que son de llamar la atención es que el turista ve con buenos ojos que al personal de estos sitios se le capacite en diferentes aspectos para mejorar el servicio y sea de calidad, estos servicios son, valores, atención al cliente e idiomas que son muy necesarios debido a la globalización e internacionalización de la ciudad y así poder atender de mejor manera a visitantes nacionales e internacionales.
- En base a todos los datos se puede llegar a la conclusión de que son necesarias las capacitaciones y el adiestramiento, si bien no solo estos dos factores cambiaran la imagen si ayudaran a mejorar la calidad de los servicios y será un factor muy influyente para lograr el cambio que se busca de la imagen de la ciudad para poder atraer más visitantes para la ciudad y con lo cual posicionarse como un destino turístico atractivo para todo tipo de visitantes, desde el nacional hasta el internacional.
- Y lograr con estos cambios una mejor economía para la región y las personas involucradas en estos sitios turísticos.
- Sin duda alguna se debe realizar una gran inversión en capacitación y adiestramiento para el personal que labora en estos sitios ya que gracias a los turistas que aquí visitan se puede lograr generar mayores recursos para la ciudad.

- El gobierno debe trabajar en conjunto con los sitios turísticos generando nuevas ideas y propuestas para atracción del turismo así como en mejorar la infraestructura logística de la ciudad.
- El cambio en la imagen también debe ser por parte de la ciudadanía esto mediante la aplicación de algunas iniciativas por parte del gobierno para involucrar a toda la ciudad.

Es importante mencionar que la ciudad es un lugar por demás atractivo para el turismo y si se trabaja para lograr darle otra imagen, otra historia sería la que se viviría en estos sitios ya que no son muy tomados en cuenta para mejorar la ciudad de Uruapan, es por eso que se debe poner énfasis en mejorar la calidad y el servicio de cada uno de estos lugares para así de esta manera lograr atraer las miradas y Michoacán por cosas nuevas y no por notas amarillistas que solo dañan la imagen de Uruapan y la región.

Es por tal motivo que tanto empresas, gobierno, sitios turísticos, noticieros y diarios deberán trabajar en hacer más énfasis en las cosas que realmente importan en lo que se hace bien, en dar a conocer todas las bellezas que rodean Uruapan para lograr mejorar la imagen y atraer más visitantes y con esto mejorar la economía municipal y región.

Es debido a la información que se logró analizar se puede afirmar que la hipótesis planteada no es correcta ya que no es solo el servicio lo que causa la mala imagen de la ciudad.

6. BIBLIOGRAFÍA.

- 1.- CHIAVENATO Idalberto, administración en los nuevos tiempos Editorial McGraw-Hill INTERAMERICANA Bogotá Colombia 2002,
- 2.-CHIAVENATO Idalberto, Comportamiento organizacional, Editorial international Thomson editores S.A DE C.V. México D.F, 2004.
- 3.-CHIAVENATO Idalberto, administración de recursos humanos: el capital humano en las organizaciones, Editorial McGraw-Hill INTERAMERICANA, México D.F 2011.
- 4.-COFER, Charles Morval psicología de la motivación: teoría de investigación. Editorial trillas, México D.F. 2007.
- 5.-CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
- 6.-DESSLER Gary administración de recursos humanos: enfoque latinoamericano Editorial Pearson educación, México D.F, 2004.
- 7.-GEORGE BOHLANDER, SCOTT SNELL, ARTHUR SHERMAN, administración de recursos humanos Editorial internacional Thomson S.A DE C.V. México DF. 2001.
- 8.-LEY FEDERAL DEL TRABAJO
- 9.-MÜNCH Galindo Lourdes, fundamentos de administración Editorial Trillas, México D.F, 2003.
- 10.-MÜNCH Galindo Lourdes, fundamentos de administración Editorial Trillas, México D.F, 2014.

11.-REYES Ponce Agustín administración moderna Editorial limusa S.A DE C.V, México, D.F, 1992.

12.-REYES Ponce Agustín administración moderna Editorial limusa S.A DE C.V México, D.F, 2015.

13.-R WAYNE MONDY, ROBERT M. NOE. Administración de recursos humanos Editorial Pearson educación, México D., 2005.

Tesis GAONA Domínguez Alejandro propuesta de capacitación y motivación como factores estratégicos en el personal de ventas. Caso práctico: empresa grupo Fame agencia honda monarca de Uruapan Michoacán 2005. México 1007

FUENTES VIRTUALES CONSULTADAS

1.- (<http://cienciasempresariales.info/marketing-turistico>)

2.-(<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/321/La%20Empresa%20Turistica>)

3.- (<http://cienciasempresariales.info/marketing-turistico>)

4.- (<http://www.cnnexpansion.com/manufactura/2010/11/16/capacitacion-capital-humano-inversion>)

5.-[Http://sipse.com/negocios/empresas-capacitacion-personal-master-trabajadores-143527.html](http://sipse.com/negocios/empresas-capacitacion-personal-master-trabajadores-143527.html)

6.-<https://www.aiteco.com/que-es-la-calidad-de-servicio/>

7.-<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

8.-<http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/brindar-un-servicio-de-calidad-excepcional.aspx>

9.-<http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/brindar-un-servicio-de-calidad-excepcional.aspx>

10.-<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

11.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/macm/mateos_z_mm/capitulo2.pdf

12.-<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.p>

7. ANEXOS

Formato para entrevista con el director de los sitios turísticos

1.- ¿Cuál es su nombre?

ANTONIO CHUELA MURGUIA (ADMINISTRADOR DE EL PARQUE NACIONAL)

2.- ¿Cómo considera usted la imagen turística de Uruapan?

Actualmente la imagen de la ciudad está muy dañada debido a los conflictos que se han presentado en la región.

3.- ¿Cómo son los servicios que se brindan en estas instalaciones?

Tratamos de que sean lo más profesionales posible más luchamos por brindar un servicio de calidad a nuestros visitantes

4.- ¿Cree usted que el servicio que se brinda es el adecuado o puede mejorar?

5.- ¿El personal que aquí labora está capacitado de acuerdo a las necesidades de la organización?

Al personal tratamos de mantenerlo lo más capacitado, sin embargo, las necesidades son cambiantes por lo cual se debe estar en constante capacitación

6.- ¿Qué se está realizando para mejorar el servicio?

Estamos trabajando en dar una mejor atención

7.- ¿Se capacita al personal constantemente?

No muy constante

8.- ¿En qué ámbitos cree usted que se pudiera mejorar la capacitación?

Atención al cliente, idiomas y calidad.

Formato para entrevista con el director de los sitios turísticos

1.- ¿Cuál es su nombre?

RICARDO NOVIEDO G (REPRESENTANTE DEL EJIDO DE JUCUTACATO)

2.- ¿Cómo considera usted la imagen turística de Uruapan?

Desde el punto de vista personal la considero mala

3.- ¿Cómo son los servicios que se brindan en estas instalaciones?

En la actualidad se han mejorado ya que anteriormente no se le daba la importancia adecuada.

4.- ¿Cree usted que el servicio que se brinda es el adecuado o puede mejorar?

Sin duda debe mejorar para atraer más turismo

5.- ¿el personal que aquí labora está capacitado de acuerdo a las necesidades de la organización?

No ya que las necesidades de los visitantes son cada vez más exigentes

6.- ¿Qué se está realizando para mejorar el servicio?

Se está limpiando la cuenca del río para que la cascada este limpia, además de mejorar el servicio.

7.- ¿se capacita al personal constantemente?

No

8.- ¿en qué ámbitos cree usted que se pudiera mejorar la capacitación?

Trato al cliente, cordialidad, atención al cliente y que los empleados conozcan información acerca de la Tzararacua.