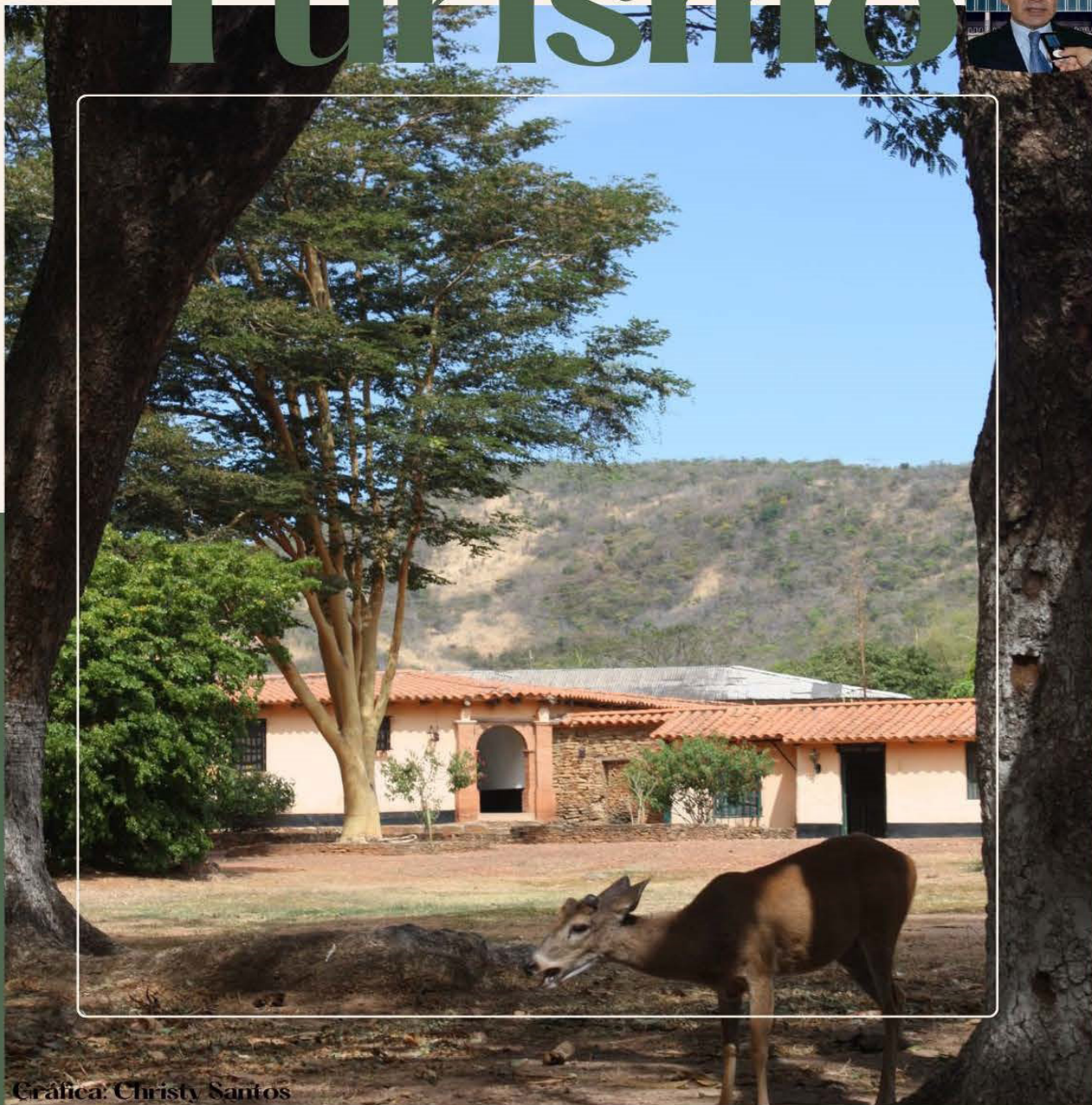




Turismo



Gráfica: Christy Santos



Luis Alfredo Reyes Mora

CONSTRUCTO TEÓRICO GERENCIAL SUSTENTABLE
DE CALIDAD DEL SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA
DEL TURISTA

San Carlos, Cojedes, Venezuela 2022



DEDICATORIA

Al Padre, al Hijo y al Espíritu Santo, por darme el don del entendimiento y desernimiento, permitiéndome adquirir mis habilidades en el constructo de mis conocimientos y llegar al culmen de mis proyectos académicos cumpliendo con el deseo de hacer mi primera publicación.

En honor a mi progenitora, quien con conocimientos empícos, me brindó el mejor ejemplo de perseverancia, honestidad, del deber, amor y pasión por lo que se hace.
Bendito seas por tanta bondad.

A mi entorno académico, el cuál ha sido un entramado de experiencias y aprendizaje, el cual me ha permitido, desde mi mundo axiológico saber nutrirme de los aspectos psotivos en esta cosmovisión interplanetaria.

A mi constancia en este este sendero del conocimiento, el cual me ha permitido revalidar el hecho cierto de no existir en su escencia la verdad absoluta, esto me incentiva a seguir actualizando mis saberes.



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
“EZEQUIEL ZAMORA”

TITULO: CONSTRUCTO TEÓRICO GERENCIAL SUSTENTABLE DE CALIDAD DEL SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL TURISTA

EDICIÓN: Programa Estudios Avanzados de Postgrado. Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales. UNELLEZ-San Carlos, estado Cojedes.

AUTOR: Luis Alfredo Reyes Mora

EDITOR: Juan J. Fernández Molina

DIAGRAMACIÓN: Rafael Alfredo Franco

DISEÑO DE CARATULA: Luis Alfredo Reyes Mora

EDITORIAL: Fundación Editorial de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, Avenida 23 de enero, Redoma de Punto Fresco, Barinas, estado Barinas, Venezuela.

PAGINA WEB: <http://unellez.edu.ve/portalweb/public/index.php/departamentos/507>

DEPOSITO LEGAL: BA2022000025

ISBN: 978 980 248 302 0

Nº de PÁGINAS: 83

TIRAJE: DIGITAL

AÑO DE EDICION: 2022

DIRECCION: Sub-Gerencia de Publicaciones Cojedes. Final Avenida Principal, Urbanización Cantaclaro, San Carlos, estado Cojedes, Venezuela. Email: subgerentefeduezcojedes@gmail.com

ISBN: 978-980-248-302-0



9 789802 483020



REVISORES

Edgar Gómez (U. Yacambú)

Víctor Medina (U. Yacambú)

Dulce Pérez (UNESR)



Copyright © 2022: Este libro no puede ser reproducido total ni parcialmente en ninguna forma, ni por ningún medio o procedimiento, sea reprográfico, fotocopia, microfilmación, mimeográfico o cualquier otro sistema mecanismo, fotoquímico, electrónico, informático, magnético, electróptico, etcétera, cualquier reproducción sin el permiso previo de la editorial viola los derechos reservados, es ilegal. © 2022 Fundación Editorial de la UNELLEZ.





UNELLEZ

AUTORIDADES DE LA UNELLEZ

Rector Dr. José Alfredo Ureña

Profa. Coromoto Sánchez
SECRETARIA

Prof. Erasmo Cadenas
VICE-RECTOR DE SERVICIOS

Dra. Aurora Acosta
VICE-RECTORA DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

Prof. Job Jurado
VICE-RECTOR DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

Dra. Marys Orasma
VICE-RECTORA DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL

Dr. Gustavo Alonzo Jaime Gámez
VICE-RECTOR DE INFRAESTRUCTURA Y PROCESOS INDUSTRIALES

Dra. María Andueza
DIRECTORA DE CREACIÓN INTELECTUAL

Dra. Ana Iris Peña
DIRECTORA DE ESTUDIOS AVANZADOS

Dra. Zoleida Lovera
DIRECTORA-GERENTE FEDUEZ

Dra. Dennis Luz Molina
DIRECTORA DE INNOVACIÓN CURRICULAR

MSc. Carmelina Lanza
DIRECTORA DE VINCULACIÓN SOCIO-COMUNITARIA



UNELLEZ

AUTORIDADES DE LA UNELLEZ SAN CARLOS

Dr. Gustavo Alonso Jaime Gámez
VICE-RECTOR DE ÁREA

Dra. Carolina Varela
JEFE PROGRAMA ESTUDIOS AVANZADOS

MSc . Nahkary Mendoza
JEFE DEL PROGRAMA CIENCIAS BÁSICAS Y APLICADAS

Dra. María Eugenia Paredes
JEFE PROGRAMA CIENCIAS DEL AGRO Y DEL MAR

Dra Yarith Navarro
JEFE PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS

MSc. Angela Rendo
PROGRAMA CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS

Dra Andrea Meléndez
JEFE PROGRAMA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

Dra. Evelyn Vázquez
JEFE PROGRAMA DE TERRITORIALIZACIÓN Y MUNICIPALIZACIÓN

Ph.D. Juan J. Fernández Molina
SUBGERENTE DE PUBLICACIONES COJEDES

Msc Loreines González
SECRETARIA DEL CONSEJO ACADÉMICO

Dr. Antonio Flores Díaz
JEFE DE PROGRAMA DE CREACION INTELECTUAL

MSc. Inirida Loreto
JEFE DE VINCULACIÓN SOCIO COMUNITARIA

SEMBLANZA DEL AUTOR



Luis Alfredo Reyes Mora fui nacido en Barinas estado Barinas, realicé mi educación primaria, básica y diversificada en San Carlos estado Cojedes en relación a sus estudios: Obtuve el título de Administrador egresado de la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, además es Magister Scientiarum en Administración, egresado de la Universidad Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”. Obteniendo Mención Publicación en su Trabajo Especial de Grado. Doctor en Gerencia egresado de la universidad “Yacambú”. Tengo una especialización en Alta Gerencia Turística, así como Componente Docente realizado en la Universidad Nacional Abierta, y Componente Didáctico obteniendo

su certificación por Instituto Nacional de Capacitación Socialista (INCES). Diplomado en Metodología de la Investigación en la Universidad Latinoamericana del Caribe. Especialista en Coaching egresado de la UJAP. tengo innumerables curso, talleres y seminarios entre ellos se destacan los siguientes: Indicadores de Gestión, Inglés Comunicacional, Talento Humano, Pronósticos Estadísticos, Actualización Gerencial, Prevención y Atención de Desastres Sector Turismo, Calidad en el Servicio, Gerencia en Eventos Especiales, Asistencia en Planificación y Ejecución de Proyectos para Gobernaciones y Alcaldías, Recursos Humanos, Educación a Distancia en el Desarrollo Turístico, Técnicas realización de Tesis Universidad, entre otros. He participado como conferencista en diferentes temas de interés Turísticos, Administrativos y Gerenciales en varios espacios académicos y organizacionales. Ha escrito diversos artículos científicos, siendo muchos de ellos publicados en revistas indexadas. Hasta ahora he sido merecedor de variados reconocimientos por mi valiosa contribución a las comunidades organizadas y en áreas del conocimiento. En el contexto laboral fui Coordinador de Cultura y de Turismo en la Alcaldía del Municipio Rómulo Gallegos del Estado Apure, Docente en la Fundación la Salle y la UNEFA, de igual manera, he sido Coordinador Estatal del Programa Cultura en las escuelas Bolivarianas Cojedes, Consejero Principal elegido por el voto del soberano, Vice-presidente y Presidente del Consejo Estatal de Derechos Niños, Niñas y Adolescentes del Estado Cojedes. Trabajó ocho años como Gerente de Capacitación del otrora Fondo de Turismo del Estado Cojedes. Actualmente se desempeña como docente en el área de pregrado y postgrado en la UNELLEZ, UNESR, Deportiva del Sur, Universidad Latinoamericana del Caribe y Universidad Yacambú, Araure.

INDICE DE CONTENIDO

PRÓLOGO.....	11
PRIMER SENDERO	13
FENÓMENO A INVESTIGAR.....	13
Contextualización del Fenómeno	13
Asidero de la Investigación.....	19
SEGUNDO SENDERO	21
GNOSEOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
Referentes Teóricos.....	21
Teoría de la Calidad de Servicio	21
Teoría de Desarrollo Sustentable.....	24
Gerencia Sustentable.....	25
Calidad en el Servicio Turístico	28
TERCER SENDERO	32
RECORRIDO ONTO-EPISTEMOLÓGICO Y METODOLÓGICO DEL PROCESO COGNOSCENTE.....	32
Sendero de Sistematización de la Información.....	41
CUARTO SENDERO.....	43
REVELACIONES EMERGIDAS	43
Comprensión y Hermenéutica del Relato de los Actores Sociales.....	43
Fase I: Subcategorías Emergidas a Partir de la Codificación Abierta.....	44
QUINTO SENDERO	52
CONSTRUCTO COMO RESULTADO DEL RECORRIDO DE MI SENDERO CREATIVO.....	52
SEXTO SENDERO	77
CAVILACIONES Y BIFURCACIONES.....	77
El Omega de mi Experiencia Vivencial del Sendero y el Alfa de un Nuevo Viaje Investigativo.....	77
REFERENCIAS CONSULTADAS	81

PRÓLOGO

Durante las primeras décadas del siglo XXI, las economías nacionales, sin excepción de países y latitudes, han orientado sus miradas y esfuerzos hacia el fortalecimiento de los sectores generadores de riquezas, siendo la industria turística, una de las que más ventajas ofrece, por consistir en la exposición y promoción de los espacios con atractivos de índoles histórico, naturales, culturales, entre otros, que todas las naciones poseen como activos para ofrecer a los potenciales beneficiarios y demandantes de estos servicios.

El desarrollo de esta actividad, no se limita sólo a la inversión financiera realizada para el desarrollo de grandes infraestructuras, destinadas al uso y disfrute de los usuarios sino, de suyo, entraña otras dimensiones, las cuales transitan desde lo cultural hasta lo espiritual e intangible, como substrato animador de la prestación del servicio. Son aspectos residentes en el sujeto, en la persona o personas manteniendo contacto, directo o indirecto con los turistas y a través de sus gestiones, fomentan la fidelización y la satisfacción, asegurando el éxito y proyección de esta actividad económica en los contextos en los cuales se desarrolla.

En tal sentido, el Dr. Luis Alfredo Reyes Mora, autor de la obra, la cual me place prologar, titulada: “Constructo Teórico Gerencial Sustentable de la Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista”, escruta desde los sentires y experiencias del turista, los significados y significantes asignados a la acción gerencial de los prestadores de servicios, elementos fundamentales para la generación de políticas y acciones de fortalecimiento del complejo entramado de esta industria en permanente expansión y se consolida, toda vez, la relación intesubjetiva turista - prestador de servicio se engrane, en perfecta relación biunívoca, posibilitando la obtención de experiencias que satisfagan sus expectativas como demandantes de los servicios.

Serían muchos los lauros y méritos mencionar para presentar al genio creador de esta obra, esta servirá de brújula en orientar y llevar a buen destino los emprendimientos, empresas, operadoras de servicios y cualesquiera otras organizaciones que orienten su imperativo misional a la prestación de servicios en el área turística. El Dr. Luis Reyes Mora ha dedicado gran parte de su trayectoria laboral y profesional a la dirección de instituciones rectoras en materia de turismo en Venezuela, permitiéndole conocer y comprender la vinculación indisoluble existente entre la gestión gerencial, fundamentada en una filosofía organizacional que privilegie la calidad en el servicio y satisfaga las expectativas del cliente, a partir de una atención de calidad, animada por la vocación de servicio, robustecida a través de la formación permanente del talento humano, quienes sirven como vanguardia de estas empresas y constituyen el elemento fundamental en la garantía de su permanencia y sostenibilidad en el tiempo, todo lo cual desarrolla de manera sistemática, didáctica y gráfica en la presente obra.

El Dr. Luis Reyes ha puesto en mis manos los originales de este libro. Lo he leído con gran entusiasmo. Le escribo estas palabras con gran afecto, con la convicción no sólo encontramos el producto de una investigación profunda, pertinente y actual, sino con grandes líneas de inspiración para la acción gerencial en una de las industrias más prometedoras para el presente siglo y para nuestros pueblos.

Miguel Ángel Lugo Polanco

PRIMER SENDERO
FENÓMENO A INVESTIGAR
Contextualización del Fenómeno

En pleno desarrollo del siglo XXI, el entramado corporativo contemporáneo está sujeto a cambios constantes y transformaciones relacionados con la globalización, emergiendo paradigmas tecnológicos, científicos, sociales, culturales, empresariales los cuales implican comportamientos humanos, organizacionales distintos poniéndose de manifiesto el cambio como ineluctable, donde posturas ante situaciones son diversas y heterogéneas, siendo así percibida en este mundo complejo.

Los cambios se suceden a veces sin darse cuenta en distintos ámbitos como los destacados anteriormente, son constantes, es decir ocurren producto de hechos naturales desde la dinámica social, cultural, empresarial, económica dentro y fuera de las organizaciones al respecto Webber (1995), señala “que el cambio es inherente al tiempo, al desarrollo de los acontecimientos, es la esencia de todo proceso que comprometa al hombre de cualquier condición, lugar y espacio” (p. 16).

Desde esta perspectiva, las organizaciones relacionadas con la actividad turística, específicamente, aquellas dedicadas al alojamiento como los hoteles y posadas no escapan a estos cambios, enfrentándose a realidades complejas por cuanto la competencia, entre otras cosas se relaciona con calidad del servicio que sea ofrecida a sus clientes repercutiendo en la satisfacción percibida por el turista con relación a sus expectativas creadas al momento de pernotar, por ello es importante desde esta organización tomar en cuenta sus opiniones como elementos fundamentales para implementar políticas relacionadas con este aspecto; induciendo a mantener una gerencia sustentable.

En este sentido, la calidad del servicio se convierte en un factor fundamental debiendo ser tomado en consideración garantizando sustentabilidad gerencial en la empresa, por cuando esta va relacionada directamente en satisfacer al turista, el cual se hace cada día más exigente al momento de recibir servucción haciendo inevitables comparaciones con otros servicios ofrecidos. Es importante entonces, implementar mecanismos expeditos para saber en viva voz de turistas su percepción con relación a calidad ofrecida del prestador y servicio esperado por ellos, todo esto con el fin de implementar acciones gerenciales en función del mejoramiento continuo al respecto.

En este contexto, es importante hacer referencia sobre la significación de la calidad del servicio turístico, con relación a este tema el experto en la materia autor mexicano Ramírez (2020), expone lo siguiente:

Es un sistema eficaz para integrar los esfuerzos de todos los miembros de la organización como diseño organizacional en la práctica gerencial en función a la satisfacción plena de los turista en términos de atención, bienestar, seguridad requerimientos esenciales para cubrir las expectativas de los usuarios, mejorando la imagen de la empresa, siendo responsabilidad directa de quienes están abiertamente relacionados con la atención al cliente, pasando por los directivos y empresarios. (p. 11)

Tomando en cuenta lo anterior, la calidad del servicio turístico se refiere a mejoras continuas de las acciones planificadas desde el ámbito gerencial en función del uso de estrategias organizacionales desde una ejecutoria correspondiente a satisfacción plena de los usuarios en cuanto a seguridad,

bienestar, con la finalidad de cumplir necesidades al turista, el cual espera ver cubiertas sus expectativas al momento de utilizar servicio alojativo.

Todo esto implica estar en constante cambios modificando procedimientos, atención a las tareas, concentración en aspectos fundamentales en el accionar, motivación al servicio, aplicando desde los mandos gerenciales con incidencia a toda la estructura organizativa esfuerzos mínimos y necesarios para satisfacer a turistas. Más allá del incremento de la productividad per se, debe aplicarse políticas obedeciendo pues al aspecto racionalización del esfuerzo humano y a la concientización sobre vocación de servicio; de un buen servir.

Así pues, el acto de servir se convierte en un arte, lo cual se ofrece físicamente en contacto directo con clientes, es allí en ese justo momento cuando se está ofreciendo eso llamado servicio. En este sentido para todo turista es esencial, porque es cuando él va a sentir ver satisfecho sus expectativas, por ello se dice: una vez ofrecido un servicio no se puede rectificar, ya que el usuario se hizo una percepción de lo recibido. De allí la importancia en prestar en todo momento un servicio con calidad logrando excelencia, cuidando aspectos físicos y humanos a los turistas adheridos en una cultura de la eficiencia gerencial destinada a mejorar permanente y sistemáticamente.

La renovación en aspectos para mejorar la calidad del servicio a sus usuarios por parte de los prestadores del área alojativa es esencial para desarrollar esta actividad, por cuanto mayor compromiso gerencial en ejecución de planes para servir con excelencia, eficientemente redundando en beneficio y recurrencia de los clientes en utilizar estos hoteles, posadas como alternativa para alojamiento. Bajo esta perspectiva, se garantiza la sustentabilidad turística manteniendo su permanencia durante más tiempo, buscando productividad para el sector terciario económico del país, así mismo se convierte en opción del disfrute para el turista en referencia a sus vacaciones, viajes de negocios, religiosidad, ocio, salud, etc.

Es indiscutible, el rol gerencial como actores principales de las organizaciones hoteleras y posaderas tienen suma responsabilidad para garantizar sustentabilidad en la actividad del área turística, garantizando el bienestar social, ambiental, económico, cultural para hoy y las futuras generaciones en este sentido, cuando se hace referencia al hecho turístico se habla del aprovechamiento de los recursos materiales, humanos, ambientales, financieros y no se define como de explotación. La Organización Mundial del Turismo (OMT) (2021), hace referencia a la sustentabilidad en los siguientes términos:

El turismo sustentable es entendido como aquel que satisface las necesidades presentes de los turistas, al mismo tiempo que preserva los destinos e incrementa nuevas oportunidades para el futuro. Debe ser concebido de modo que conduzca la gestión de todos los recursos existentes, tanto desde el punto de vista de la satisfacción de las necesidades económicas, sociales y estéticas como del mantenimiento de la integridad cultural, de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los sistemas de soporte de la vida. (p. 21)

Por lo tanto, la sustentabilidad del turismo abarca tres elementos esenciales: sociedad, ambiente y economía fundamentándose en el equilibrio de la interacción entre estos. El turismo sustentable se propone reducir tensiones surgidas en esta compleja relación entre la industria turística, el medio que lo rodea incluyendo los hoteles, posadas en ellos se encuentran la gerencia turística con visión

acertada para coadyuvar al fortalecimiento y sustentabilidad del área, además de los visitantes, el medio ambiente, así como comunidades locales.

Es interesante lo expuesto por Garrod y Fyall (2019), con respecto a esto “El turismo sustentable implica buscar una relación más productiva y armoniosa entre el visitante, la comunidad local y el lugar, para evitar el desgaste de los recursos naturales y culturales, el engaño del visitante y la explotación de la población local” (p. 201).

En síntesis para que el desarrollo turístico sea sustentable desde un accionar gerencial debe ir al encuentro de las necesidades poblacional local, del turista asiduo, potencial, garantizar protección del medio ambiente, satisfacer la demanda turística actual y futura, la atracción del lugar al igual que su calidad ambiental. Por otra parte, para que esta actividad turística sea sustentable debe tener eficiencia económica, condición necesaria para que se cumplan las finalidades anteriores. Y en esto el rol de la gerencia en crear la identificación de su talento humano con su cultura de la calidad del servicio en beneficio prominente para la actividad, es primordial, trascendental en función de ganar-ganar; los turistas son parte de este engranaje.

En conformidad con lo descrito anteriormente, se puede deducir lo importante es, la gerencia sustentable turística en consecución de planes afianzando su misión, manteniendo como prioridad su cultura organizacional en calidad del servicio en relación beneficio-satisfacción cliente. Si lo vemos de esta manera es necesario decir sobre el rol gerencial en el turismo lo siguiente: es aquel que dirige un organismo turístico diseñando estrategias, procesos, optimización de recursos con finalidad de contribuir al desarrollo de la actividad turística basándose en mantener calidad del servicio, así como la sustentabilidad en el área para satisfacción plena del turista.

Más allá de la gerencia turística, se puede precisar sobre gerencia de calidad como herramienta indispensable para el éxito de permanencia en el mercado, Ramírez (op. cit.), comenta al respecto:

Vela por la calidad en todo el ámbito de la empresa turística, para lo cual debe transformarse en hombre-calidad, esto es, ser ejemplo y orientando a la organización entera a estar consciente de lo que representa la calidad para el turista y para la empresa, debe concientizar a su personal interno y proveedores. Manejar sistemas, métodos y procedimientos de calidad y controlar las actividades de servicio en términos de calidad y satisfacción del turista. (p. 95)

Resulta asimismo interesante, hacer referencia dentro de este marco la importancia que paulatinamente se ha venido dando como prioridad al desarrollo en la actividad turística para el estado venezolano, vislumbrándose desde los entes gubernamentales, así como disposiciones legales para respaldar de manera inequívoca el sector proporcionándole sustentabilidad, longevidad a las empresas relacionadas con el área como acción económica alternativa a la petrolera, este respaldo repercute en beneficio del turista, entre otras razones, porque dentro este entramado y eje transversal del turismo es necesario ofrecer calidad total en el servicio por parte de los prestadores oferentes. Es preciso enfatizar, todo esto enfocado desde una perspectiva importantísima del contexto en el beneficio final al usuario como razón existencial de la actividad.

En concordancia a esto, según estudios realizados por Villamediana y Berbesi (2006), en los cuales se empiezan a observar el despliegue de turismo receptivo (personas no residentes que viajan a Venezuela), se refleja un crecimiento del 45% en el año 2005 con relación al 2004 en la cantidad

de turistas y en lo que se refiere al turismo interno (movilización de residentes) en los últimos tres años, en la cantidad de movilizaciones ha ocurrido una variación positiva, en el turismo interno de un 87%; esto evidencia el repunte de la actividad del sector turismo en el país y la implicación de la generación de ofertas, desde el punto de vista de alojamiento que se deben ofrecer para cubrir la demanda; además de garantizar un servicio de calidad, satisfaciendo así las necesidades de los turistas.

Sin embargo, y a pesar de la espontánea surgimiento de esta actividad económica, no es hasta el veintitrés de junio de dos mil cinco que se crea la Ley Orgánica de Turismo (LOT) y sus entes adscritos; como el Instituto Nacional de Turismo y el Instituto de Turismo, ubicado en cada uno de los Estados de la República Bolivariana de Venezuela. En esta Ley se declara la importancia a promocionar, así mismo regular lo relacionado con el dinamismo turístico como actividad sustentable para el desarrollo del país, dispuesto en el siguiente artículo descrito a continuación:

LOT (2005), Título I, es sus Disposiciones Fundamentales; Artículo 1 establece lo siguiente:

La presente Ley tiene por objeto de promover y regular la actividad turística como factor de desarrollo sustentable del país, mediante normas que garanticen la orientación, facilitación, el fomento, la coordinación y el control de la actividad turística, estableciendo los mecanismos de participación y concentración de los sectores públicos y privados...” (p.5). Esta disposición se mantiene en la modificación de la Ley, por Decreto Valor y Fuerza; la cual fue realizada en mayo del 2012.

De mayor importancia aún, la Constitución de La República Bolivariana de Venezuela (1999), en su Artículo 310 establece, “El Turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico del país previsto en esta Constitución”. (p.323).

De acuerdo a los elementos normativos establecidos en La CRBV y La LOT, en evidente apoyo al sector turismo, con la finalidad de robustecerlo, creando reglas claras con la finalidad de incentivar la inversión tanto pública, como privada en las actividades económicas relacionadas con el área garantizando el crecimiento ingresos de divisas, a través del turismo receptivo. Es notable, según mi percepción el inequívoco compromiso gerencial turístico manteniendo prioridad en ofrecer calidad de servicio, con la visión de fortalecer la actividad del turismo coadyuvando al crecimiento de la visita de turistas internacionales y la afluencia de los mismos en el turismo interno, los cuales esperan cubrir sus necesidades.

Igualmente, la actividad del turismo se ve respaldada de manera contundente con la norma establecida; además desde el punto de vista de la dinámica humanista conlleva consigo un alto grado de sustentabilidad social, poniendo de protagonista al ser humano; permitiendo al individuo ser parte fundamental actividades recreativas, culturales, patrimoniales, educativas, deportivas; fortaleciendo las comunidades receptoras, esto lleva consigo, como consecuencia el turismo como una actividad masiva, donde el contexto que se desarrolla alrededor de ella, requiere de una visión compleja, extensiva e intensiva; incluso planetaria.

En este ámbito, se hace necesario que los gerentes como prestadores de servicios turísticos y específicamente en el área de hospitalidad, concretamente los hoteleros deban desarrollar todas las alternativas para brindar a sus usuarios la calidad de servicio pensando en la mayor suma de

satisfacción al cliente, en concordancia con las tarifas ofrecidas.

En lo establecido por, Liscano (1999), la creciente demanda y mejores niveles de servucción de calidad en la actividad turística, representa un reto insoslayable para la gerencia en el turismo; porque origina necesidades que van desde la construcción de la estructura turística altamente especializada, hasta la formación permanente del talento humano que sea capaz de entender, facilitar y consolidar la actividad turística con criterios profesionales técnico-científico de la más alta calidad y pertinencia.

Tomando en cuenta la importancia, incluso determinada en la LOT (ob. cit.), establece en su Capítulo XVI; en el Artículo 112 que se fomentará desde el Ministerio del Poder Popular para el Turismo la calidad de los servicios, productos y destinos turísticos, a través de acciones que permitan implantar y desarrollar el Sistema Nacional de Calidad Turística, de conformidad con las normas establecidas aplicables sobre la materia.

Esto se logra estableciendo parámetros para brindar una óptima calidad; definiéndola de manera sencilla, puede decir que es un proceso en la elaboración de un servicio, es decir, la organización en los elementos físicos y humanos, simbiosis entre relación cliente-empresa, necesaria para garantizar servucción, cuyas características han sido determinadas desde una idea concebida, hasta su obtención del resultado final (el servicio).

De acuerdo a esto, se debe garantizar calidad del servicio a los turistas tomando en cuenta, que son ellos como seres humanos el ente motor de esta actividad, son entes sociales que deciden trasladarse a otro lugar, que no es su residencia habitual y esperan que cubran las necesidades, llevadas en sus “maletas” cuando se hospedan en hoteles o posadas de su destino objetivo para llegar; destacando la importancia como la experiencia vivida por cada individualmente, ésta va hacer distinta en cada uno al momento de recibir el servicio.

Se hace imperativo destacar, el servicio que se ofrece de alojamiento es un aspecto muy importante en la satisfacción de los clientes, esto para los gerentes representan un gran reto más allá de lo establecido en los estándares de calidad del servicio establecidos en Normas Internacionales de Calidad, debe atender a los opiniones experienciales de sus huéspedes, con la finalidad a mejorar la calidad del servicio, esto debe generar un valor agregado, desde la perspectiva experiencial de cada uno de ellos. Esta es una tarea bien compleja de poner en práctica, si los gerentes no cambian su paradigma embarcándose en esta era postmoderna, compleja referido a la actividad turística y calidad de servicio, tomando en cuenta la experiencia vivida por sus consentidos “los turistas”.

En virtud de lo anteriormente descrito, y desde lo ético es responsabilidad inherente a los gerentes, garantizar prestación de servicio en calidad, sobre este aspecto debe tomarse las opiniones generadas desde la experiencia vivida de los protagonistas, usuarios del servicio, tomando en cuenta a Horovitz (1990), La calidad en los servicios es determinada por cada cliente o usuario, está basada totalmente en su percepción de la realidad, por lo que es resultado de la evaluación personal sobre el nivel de servicio que entiende; ha recibido, comparado con sus expectativas, pudiendo tener como resultado la satisfacción o insatisfacción.

Es de notoriedad que la actividad en el área del turismo representa una fuente de desarrollo económico para los países, convirtiéndose en fuente primaria de superávit, en mayor medida en aquellos en vía de desarrollo, viéndolo como alternativa de fuente de rentabilidad que redunde en beneficio para el incremento del Producto Interno Bruto (PIB). Según, lo establecido por

Villamediana y Berbesi (ob. cit.) “El turismo es la principal fuente de generación de divisas para el 83% de los países en vías de desarrollo, y es la principal actividad de “exportación” para un tercio de los países más pobres” (p.9).

En este marco referencial, como investigador tomo en cuenta la ontología de la actividad turística en Venezuela como analogía de una realidad existente en el estado Cojedes específicamente en el municipio San Carlos., con respecto calidad del servicio como fuente fundamental para garantizar el éxito sustentable a nivel gerencial hotelero en aras del fortalecimiento sectorial turístico y proporcionar la mayor suma de felicidad posible cubriendo las necesidades de quienes utilizan este servicio, fundamental desde de la experiencia vivida del turista.

Bajo esta premisa, se realizó un proceso de indagación, destacando mi interés hacia la temática a investigar proviene del hecho mismo de evidenciar los múltiples factores constatados en ocasiones diversas en los hoteles y posadas, en visitas realizadas durante mis responsabilidades como gerente de capacitación en el Fondo de Turismo del estado Cojedes, denotando la vulnerabilidad existente referente a la calidad de servicio prestada por hoteles y posadas operativos en el municipio San Carlos; siendo este un elemento sine qua non para el éxito en el cumplimiento al logro de satisfacer acertadamente con las expectativas del turista.

Todo esto me conllevó, a profundizar sobre la calidad del servicio en el área de hospedaje y alojamiento su prestación adecuadamente, esto se convierte en uno de los elementos más importantes a tomar en cuenta por los gerentes para la satisfacción del cliente al momento de pernotar en sus hoteles o posadas, la acertada adecuación para cumplir con este factor interviene en la determinación del huésped a decidir utilizar de nueva cuenta los servicios ofrecidos, de acuerdo a la satisfacción obtenida al momento de haber sentido cubierta a sus necesidades, en razón a ello la disposición de volver a hospedarse o no, dependerá en sumo grado del prestador que le brindó ese servicio.

Sin embargo, en evidencias se puede mencionar las registradas en los libros de reclamos y sugerencias de los principales hoteles del municipio San Carlos estado Cojedes; que por norma deben tener los prestadores de servicio a la vista de los turistas; hacen ver la manifestación expresada de manera escrita en registros plasmados en dichos libros donde explicitan las debilidades existentes que se visualizan expresándose en el poco interés de los actores responsables de prestar un servicio de calidad que redunde en satisfacer las necesidades cubriendo las expectativas a los clientes.

Con relación a esta situación, es evidente la existencia de debilidades en el uso adecuado de gerencia sustentable de calidad del servicio al cliente, por lo cual el gerente y demás miembros de la organización son responsables de garantizar al turista la satisfacción de sentirse complacido, pleno en su derecho de ser atendido con la calidad esperada; tomando en cuenta su cancelación por la pernota en el hotel o posada; aspirando que lo sufragado corresponda, entre otras cosas con la atención merecida; desde su perspectiva. Esta praxis tiene incidencia en la sustentabilidad del turismo en el municipio San Carlos, estado Cojedes redundando en mayor o menor medida poca rentabilidad y permanencia de los prestadores de servicio bien sea hotelera o posadas, a lo cual los gerentes deben estar atentos a revertir esta situación en favor de contribuir con la actividad del turismo.

En tal sentido, la situación planteada previamente se ve soportada por los actores sociales relacionados en este proceso investigativo, donde sus aportes son significativos, develando cada

realidad desde sus vivencias, permitiéndome acercarme aún más a los acontecimientos sucediéndose en el entorno al objeto de estudio con elementos resaltantes para generar mi constructo planteado en esta investigación.

Asidero de la Investigación

La génesis del trabajo de investigación se sustenta en el análisis interpretativo desde la episteme construccionismo social, sustentado por el método fenomenológico hermenéutico, con la finalidad de prestar atención y captar el significado de los sucesos al realizar una indagación rigurosa del proceso comunicativo integral de los sujetos estudiados dentro de los aspectos particulares del contexto al cual pertenecen. Como investigador pretendo hacer sobre la actividad turística y las debilidades existentes en lo referido a la calidad de servicio, factor fundamental de garantía del desarrollo sustentable de la actividad; el mismo permite generar un valor agregado en los aportes significativos con aproximación a garantizar la optimización en la implementación de herramientas gerenciales en materia de un servicio de calidad. En este mismo contexto, a continuación se pueden reflejar algunos elementos significativos como justificación.

Con relación al aporte teórico, desde el punto de vista del estado del arte permite conocer orígenes, evolución y la ontología de la sustentabilidad gerencial en la actividad turística y su relación con la calidad del servicio, generando conocimientos y ofreciendo diferentes posibilidades de comprensión del problema tratado, permitiendo la socialización del conocimiento, a través del análisis de la investigación. En este mismo sentido, y significativo aporte en este trabajo es el conjunto de constructos teóricos, que emergen del análisis, la comprensión, interpretación de la información recolectada de los actores fundamentales, enmarcado en la percepción de los parámetros de calidad del servicio en la red hotelera desde la visión experiencial de los turistas, siendo estos insumos para la creación de un constructo teórico gerencial respecto al tema.

Desde el punto de vista gerencial; los resultados de la investigación generó aportes importantes con relación de la experiencia vivida por los turistas, y el servicio recibido cuando pernoctan o utilizan los servicios de hospedaje en la red hotelera y de posadas, en el municipio San Carlos, estado Cojedes; en relación con la reingeniería se debiera hacer más allá de los estándares de calidad establecidos y que redundan en el mejoramiento y fortalecimiento en este sentido, con la finalidad de robustecer la actividad del turismo.

El desarrollo del trabajo de investigación, se realizó en base a una visión enmarcada en un paradigma interpretativo enfocado en lo cualitativo, desde la interpretación de la realidad de los actores sociales, en este caso específico; los turistas protagonistas del hecho turístico; que condujo a significativas realidades y eventos con respecto a la calidad del servicio en la red hotelera y de posadas, ofreciendo insumos para una investigación del método cualitativa.

Por último y no menos significativo, se hace referencia al aspecto social; tomando en cuenta que la actividad turística es per se un hecho social de gran significación para el ser humano, necesario dentro de ella está inmersa la recreación, el ocio, el esparcimiento, esta investigación, a través del constructo teórico arrojó relevantes aportes para el mejoramiento del servicio, el cual beneficia al turista a pernoctar y disfrutar de manera más óptima de los servicios prestados por quienes tienen que garantizarlos.

Todos estos elementos son fundamentales para la justificación del trabajo investigativo y son parte esenciales de la construcción teórica planteada como insumo fundamental para el desarrollo y el mejoramiento de la calidad del servicio en la red hotelera. Todo esto enmarcado en la Línea de Investigación Pensamiento y Desarrollo Gerencial establecida por la Universidad Yacambú en sus normas (2007), en la cual la siguiente manera:

...como el conjunto de operaciones intelectuales propias desarrolladas por los sujetos con relación al surgimiento de nuevas cualidades o propiedades producidas por la interacción de los elementos constitutivos de los sistemas gerenciales, a los fines de su identificación, caracterización, interpretación y aplicación. (p. 34).

La misma se relaciona con esta investigación por cuanto se pretende desde los sentidos y significados emergidos desde los actores sociales aproximarse a la construcción teórica relacionada con la gerencia sustentable de calidad de servicio, germinando de allí elementos intelectuales innovadores para lograr, a través de reingeniería gerenciales aplicar nuevas estrategias en función del mejoramiento de acciones garantizando a los turistas la servucción de manera eficiente. Por otra parte, el mismo reglamento indica es:

Proporcionar un ámbito para la reflexión profunda y la generación de conocimientos avanzados sobre la influencia de las Nuevas Ciencias y los Nuevos Paradigmas en el pensamiento y desarrollo gerencial, en torno a los retos y desafíos que impone el desarrollo sustentable en el siglo XXI, desde las perspectivas social, política, económica, tecnológica y ambiental. (p. 39)

En este sentido, es pertinente establecer la relación del tema a investigar con la línea de investigación antes mencionada, por el aporte significativo que se pretende generar a partir de los resultados sustantivos que coadyuven a implementar una política basada en los valores y creencias determinados por la prestación de un servicio de excelencia por cada uno del talento humano pertenecientes a la organización, invitando a las gerencia a revisar, profundizar, actualizar la misión y visión adaptándole a cambios de paradigmas que pretendan ir en función de establecer estándares calidad del servicio más allá de los establecido en las normas, sino que vaya conjugado con la necesidad real del turista; estableciendo el norte para una gerencia sustentable.

Esta investigación aporta novedosas y creativas formas de desarrollar acciones gerenciales sustentables coherentes de un nuevo pensamiento referente a la atención que se le debe prestar al cliente; en aspectos tangibles e intangibles en la cual la satisfacción del usuario sea proporcional al querer volver.

SEGUNDO SENDERO GNOSEOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Referentes Teóricos

Antes de profundizar, en los referentes teóricos es relevante desde mi punto de vista incluir una pequeña narrativa diacrónica sobre la historia en el área turística y en este sentido Merchán (2008), expone: A Thomas Cook se le considera el fundador de los viajes organizados en la medida en la cual se utilizó, en 1841 un tren alquilado para transportar turistas de Loughborough a Leicester... (p. 2).

Durante este período, a comienzo de 1841 y en lo subsiguiente Tomás Cook de Inglaterra y Henry Wells en Estados Unidos, incursionan en actividades relacionadas con el Turismo y en este sentido, el primero de ellos se le considera como el primer agente de viajes profesional; en las cuales organizaba excursiones, en la actualidad llamado paquetes turísticos.

En este mismo contexto, interesante es mencionar; a partir de 1970 comienza un gran auge de desarrollo del turismo, sobre todo en los países europeos incentivados por las grandes oportunidades de obtener ganancias generadas por el sector turismo para las comunidades receptoras y sobre todo cuando se prestaba un servicio de calidad. Como consecuencia de ello se establecen de manera organizada entre 1970 y 1990, centros turísticos que permitan el incremento de la visita de turistas, brindándoles la mayor comodidad posible. De esta manera, algunos países del Caribe se unen al emporio que representa con esta actividad emergente, con redundantes beneficios económicos, dentro de ellos se encuentran República Dominicana, Puerto Rico, Cuba, México, Centro América y la consolidación de nuevos destinos turísticos en Sur América se destacan Colombia, Brasil, Argentina, Paraguay y Venezuela.

Teoría de la Calidad de Servicio

En relación a esta teoría, se debe hacer referencia de manera diacrónica, comenzando desde su génesis hasta los actuales momentos; se puede decir entonces, que durante tiempos inmemorables el hombre ha querido obtener calidad en los productos y servicios consumidos y utilizados, pero no es hasta mediados del siglo XX, empiezan a surgir pensadores a generar teoría en relación a calidad.

En este sentido, Crosby (1979), quien dedicó su tiempo a perfeccionar el enfoque de Calidad elevando las expectativas de la administración y a motivar y concientizar a los trabajadores por la calidad con su teoría cero defecto significa hacer las cosas bien desde el principio, haciendo paráfrasis de esto se puede decir, no es sinónimo de estándares, sino de proporcionar un servicio con cero errores en función de lo que requiere en este caso particular podríamos referirnos al turista (cliente) para su satisfacción; significa, por tanto, que la cadena de calidad se tome en cuenta cumpliendo cada fase sin que haya vacíos evitando las fallas desde el comienzo, dándole significado al trabajo de cada uno de los componentes del sistema en la calidad del servicio. Por otra parte, Crosby (ob. cit.), la calidad la resume en cuatro principios absolutos y fundamentales:

1. Calidad es cumplir con los requisitos del cliente.
2. El sistema de calidad es la prevención.

3.El estándar de desempeño es cero defectos.

4.La medición de la calidad es el precio del incumplimiento. (p. 113).

Para el cumplimiento de estos principios algunos de los pasos a seguir son: Asegurarse que la dirección esté comprometida con la calidad, formar equipos mejorando la calidad con representantes de cada departamento, determinar cómo analizar dónde se presentan los problemas de calidad, actuales y potenciales, evaluación del coste de la calidad y explique su utilización como una herramienta de administración. Instruir a todos los empleados para que cumplan con su parte en el programa de mejoramiento de la calidad y repetir todo para enfatizar que el programa de mejoramiento de la calidad no finaliza jamás.

Esto cobra relevancia, por cuanto es imperativo para los prestadores de servicio de hospedajes cumplir en todos los ámbitos, en todo momento y por todos los integrantes de la organización desde la gerencia hasta el personal operativo con brindar un excelente servicio adecuados con los estándares exigidos por los clientes; sin perder detalles, ni dejar brechas entorpeciendo el proceso de satisfacción a sus necesidades.

Por otro lado Deming (1982), otros de los grandes exponentes de la corriente Norteamérica de la calidad, estableció catorces principios; entre ellos se puede nombrar algunos: difundir entre los empleados una declaración de la misión, Adoptar la nueva filosofía de la calidad; como una cultura organizacional, Mejorar constantemente los procesos de producción y servicios, Instituir el liderazgo para la mejora continua, entre otros; es importante señalar a este enfoque se le denominó americano. El mismo autor explica: “La concienciación debe empezar por la alta gerencia; si ellos no están convencidos que el éxito se logra por medio de la calidad, el resultado final es un producto o servicio mediocre”. (p. 21).

En este mismo orden de ideas, el creador del enfoque Calidad Total, Ishikawa, (1997), el creador del diagrama causa-efecto, llamado coloquialmente espina de pescado; destaca sobre su enfoque algunas coordenadas, las cuales estuvieron determinadas por una serie de procesos establecidos de la siguiente manera; Planear en la cual se determina los objetivos y métodos, Hacer referido a realizar el trabajo previa capacitación de los ejecutores, Verificar permanentemente si el producto o servicio satisface al cliente, por último, actuar implica tomar las acciones correctivas necesarias. La ejecutoria debe ser permanente y accionada por la gerencia hacia el deber cumplido garantizando calidad total en el servicio.

Así mismo, se puede hacer referencia al enfoque europeo que surge entre los años sesenta y setenta, en la cual nace la conformación la de algunos países de comunidad Europea, e implementan la teoría de calidad basada en la estandarización de normas a nivel nacional para operar sistemas de control de calidad en la industria manufacturera. Más adelante hacia finales de los años setenta, con respecto a las normas ISO 9000 (así fueron llamadas), se transforma el enfoque de normalización a un sistema de certificación de calidad.

En este sentido Tarí (2000), explica lo siguiente:

El Modelo Europeo de Calidad representa el marco fundamental para la gestión de la calidad total en Europa y propone que la satisfacción del cliente y del personal, y el impacto positivo en la sociedad, se consiguen mediante el liderazgo de los directivos que conducen

la estrategia y política, la gestión del personal, la gestión de recursos y de los sistemas de calidad y procesos hacia la excelencia en los resultados del negocio. (p. 50)

Siguiendo en la misma idea, y más reciente se puede encontrar a pensadores del post modernismo como Horovitz (2000), en la cual su visión va más allá de un simple hecho cierto de la calidad, sino desde la perspectiva del mejoramiento del servicio para satisfacer la fidelidad del cliente, creando en los gerentes y quienes son responsable de generar el bien en parte de la cultura organizacional, ofreciendo los máximos estándares de calidad. El mismo define a la calidad del servicio como; el nivel de excelencia que la empresa debe alcanzar para satisfacción del cliente, a través de la oferta del producto o servicio, proporcionalmente con el precio, la imagen y la reputación en la prestación que se espera recibir.

Bajo esta perspectiva, este mismo autor, se refiere a lo siguiente: “Una ventaja competitiva no existe sin una estrategia de servicio, único método de atraer a los clientes y conseguir su lealtad” (p. 26). Haciendo referencia a esto, se deduce que la génesis de una estrategia de servicio recae en el cliente como principalísimo actor y el objetivo está en mantener a los actuales y atraer a los potenciales, debe agregarse valor a los servicios que se ofrecen y lograr la satisfacción del cliente.

La teoría a la cual se hace mención, ha venido a fortalecer; y a contribuir de manera importante en el utilización de nuevas herramientas necesarias, en esta cosmovisión del mundo en el área del turismo, para el mejoramiento de los servicios ofertados y su relación con la calidad y la importancia de adoptar esta cultura en las empresas y en este caso particular; hoteleras y la necesidad de medirla y controlarla; y esto se hace; a través de la demostración de conocer la percepción de los clientes y los medios para satisfacer sus necesidades, gustos y expectativas. Cada empresa debe desarrollar, de acuerdo a sus necesidades sus estrategias en función de algunos aspectos importantes: el cliente es quien califica y juzga la calidad del servicio, la comunicación interna y externa; da coherencia entre la calidad percibida y la esperada, la transformación de las promesas en normas de calidad, debe haber esfuerzo y eliminar errores para ser excelentes.

En lo subsiguiente, el autor antes citado establece la importancia de la calidad del servicio se basa destacándolos de manera clara en los siguientes elementos; “El cliente se vuelva cada día más exigente, por eso es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Dirigirse siempre a una mayor calidad.
2. Aumento de la gama de servicio.
3. La multiplicidad de experiencias sitúa el listón cada vez más alto.
4. Calidad concebida y calidad percibida rara vez marchan a la par.
5. La ventaja del líder, un arma de dos filos, no perder la sencillez. (p. 44).

Esto guarda relación y se hace analogía con los elementos de importancia, que el gerente de las empresas hoteleras tienen que tomar en cuenta al momento de desarrollar un modelo, plan o estrategias en función del mejoramiento continuo de la prestación de calidad de servicios, dirigidos a sus usuarios y garantizar el cumplimiento de satisfacer las necesidades que traen consigo.

En esta investigación se toma como referente importante, a este autor, por cuanto el planteamiento de su teoría es proporcionalmente vinculante con el tema investigativo, y eso se refleja en el planteamiento relacionado con la calidad del servicio, basada en la satisfacción del cliente, como factor fundamental en el mejoramiento continuo y de reingeniería en las políticas de ofrecimiento en los máximos estándares de calidad, que redunde en beneficio del turista y de la empresa. La gerencia tiene el mayor compromiso de hacer; y vincular a los integrantes de la organización con la cultura imperativa de cumplir con las expectativas y esas maletas de sueños por cumplir de quienes demandan el servicio y esperan satisfacer sus necesidades, más allá de lo sufragado por ellos al momento de cancelar, al instante de requerir de los beneficios.

Teoría de Desarrollo Sustentable

En cuanto al desarrollo sustentable, tiene sus inicios en el año 1972, en la publicación del Informe al Club de Roma, los Límites del Crecimiento: este se refiere al predicamento de la humanidad, el que señala la existencia de límites físicos al crecimiento. Luego en el año 1983, a consecuencia de los trabajos de la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, establecida por las Naciones Unidas, se internacionaliza conociéndose como desarrollo sostenible, sustentable o perdurable y define el desarrollo sustentable en el Principio 3º de la Declaración de Río (1992). Es “Aquel desarrollo que satisface la necesidades de las generaciones presentes sin comprometer el futuro de las del futuro, para atender sus propias necesidades” (p. 57). Probablemente esta definición, es limitante, pero desarrollo sustentable no solo su preocupación es la preservación del ambiente, sino, implica pasar de un desarrollo pensado en términos cuantitativos, basado en el crecimiento económico; a uno de tipo cualitativo, donde se establecen estrechas vinculaciones entre aspectos económicos, sociales y ambientales, en un renovado marco institucional democrático y participativo, capaz de aprovechar las oportunidades supone avanzar simultáneamente en estos tres ámbitos, sin que el avance de uno signifique ir en desmedro de otro.

Es necesario destacar, que para mantener el desarrollo sustentable es eminente soportarlo en la integración de los aspectos sociales, económicos, culturales políticos y ambientales, referente a esto Gallopín (2003), no está opina lo siguiente:

Requiere de la articulación constructiva de los criterios que abordan el desarrollo de arriba hacia abajo con la iniciativas de base que van de abajo hacia arriba. Exige tener en cuenta al mismo tiempo los aspectos locales y globales y la forma que se relacionan recíprocamente. Finalmente, requiere ampliar el horizonte espacial y temporal para adaptarse a la necesidad de equidad intergeneracional así como intrageneracional. (p.7)

En referencia a lo anteriormente expuesto, el turismo como actividad integradora y de importancia como desarrollo sostenible de un país, estado y localidad, tiene que enmarcarse desde una integralidad cósmica, global, tomando en cuenta las necesidades de quienes integran ese horizonte espacial, para ello se requiere, inclusive de atemporalidad, pero con la mirada firme de ser equitativo con referencia a la relacionalidad de generaciones distintas y de las iguales; inclusive observarlo como un visión sistémica en la cual la perspectiva sea más útil que otros métodos analíticos; una forma de reflexión en referencia a las conexiones, relaciones y contexto, como los sociales teniendo una relevancia importante como subsistemas de integralidad en el desarrollo sustentable de un planeta, continente o nación.

En cuanto al desarrollo sustentable del turismo, está llamado a tomar en cuenta un aspecto fundamental, por parte de la gerencia; como la calidad del servicio pensando como factor preponderante para la sostenibilidad turística; proporcionándole al turista la mayor suma de felicidad posible, en concordancia con cobertura de sus necesidades para generar calidad de vida durante la demanda de la prestación de servicios y garantizar que los usuarios se sientan agradados con la hospitalidad, y como consecuencia del sector turismo. Es pertinente decir, el desarrollo sustentable, no es meramente un crecimiento en lo tecnológico, social e industrialización, debe tomarse en cuenta la satisfacción de necesidades, hacer énfasis en lo endógeno, autóctono; así como la existencia de una planificación; administrada por los propios actores del desarrollo.

Como se puede precisar en lo anteriormente destacado, sobre la teoría auxiliar del desarrollo sustentable, tiene estrecha relación con el trabajo investigativo por cuanto, la prestación de un servicio de calidad por los actores de la hospitalidad, trae como consecuencia garantizar en el tiempo la sostenibilidad y/o sustentabilidad de la actividad del turismo, permitiendo tomar en cuenta las experiencias referenciales de la utilización del servicio de hospitalidad por turistas quienes son participantes principales de esta actividad a los cuales se debe ofrecer y satisfacer sus necesidades.

Concerniente a esto, el turismo como hecho social, por cuanto la recreación es parte fundamental del ser humano, entre los tipos de turismo está lo recreativo, los protagonistas esenciales de la actividad del turismo son quienes hacen vida activa participativa de la misma; es decir los turistas, a quienes hay que ofrecerle todas las prerrogativas en función de las satisfacciones requeridas; porque sin clientes satisfecho degenera la actividad, sin ella no existe sostenibilidad, menos desarrollo en desmedro del éxito del auge turístico en función de recursos financieros y sociales en lo que podría llamarse ganar-ganar; al final de cuenta desde la visión sistémica; todos los factores integrantes son importantes.

En este sentido, la conceptualización más utilizada con mayor frecuencia es el propuesto por la Comisión de la Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocida también como Comisión Brundtland (1987b), en su informe de la Asamblea General definió el desarrollo sustentable como el “Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las propias”. (p. 60).

Gerencia Sustentable

Antes de hacer énfasis, en relación a gerencia sustentable destacaré lo planteado por Sisk y Sverdlik (1979) expresa que:

... El término (gerencia) es difícil de definir: significa cosas diferentes para personas diferentes. Algunos lo identifican con funciones realizadas por empresarios, gerentes o supervisores, otros lo refieren a un grupo particular de personas. Para los trabajadores; gerencia es sinónimo del ejercicio de autoridad sobre sus vidas de trabajo con la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos... (p. 15)

Mi percepción al respecto, es una función de responsabilidad compartida entre los miembros pertenecientes a altos niveles, quienes corresponden tomar decisiones para la consecución de acciones que redunden en beneficios empresariales, permitiéndoles ser eficientes y eficaces para garantizar sustentabilidad tomando en cuenta factores emergentes adaptados a las exigencias dadas

por este mundo postmoderno, globalizado, cumpliendo amalgamadamente funciones la cuales le son propias como la organización, planeación, dirección, control, seguimiento manteniéndose competitiva dentro del mercado correspondiente.

Es así que, Serna (2019) la define como la coordinación de los recursos humanos y materiales de una empresa con la finalidad de lograr mejores resultados posibles, basándose en planes estratégicos, esto siempre de acuerdo a los intereses de los socios, en la optimización y maximización de los recursos que no es más que cumplir con las metas y objetivos buscando beneficios económicos y productividad en las inversiones personales o propias de los socios, implicando una gestión de bienes de carácter privado. Todo esto en el marco en la adecuación hacia una visión sustentable buscando alternativas gerenciales emergentes exigidas por el entorno, en este contexto globalizado del siglo XXI, se puede nombrar algunas:

Resumen de Gerencias Emergentes del Siglo XXI.

Nombres	Definición
Gerencia por Competencias	Es aquella donde la gerencia evalúa las competencias de cada individuo de acuerdo a su puesto de trabajo para fortalecer desde la capacitación y/o adiestramiento continuo, de acuerdo a habilidades con respecto a sus responsabilidades. Aguilera y Reyes (1996).
Empowerment (Empoderamiento)	Se manifiesta al momento de otorgarle a los miembros de la organización poder compartir decisiones, a partir de entregarle tecnología e información para que los trabajadores posean autoridad crítica y responsable en sus labores cotidianas. Valdés (2000)
Inteligencia Ecológica	Viene dada por preservar los aspectos ambientales y producir dentro de la convivencia armoniosa cuidando los aspectos ecológicos en pro de mantener el equilibrio sin perjudicar tu entorno social. Goleman (2009)
Inteligencia emocional	Es una manera de enfocar la gestión gerencial desde el conocimiento de las emociones y usarlas como herramientas de canal comunicativo efectivo con el talento humano desde lo individual hacia lo colectivo redundando en beneficios hacia los objetivos empresariales propuestos. Goleman (2008).
Coaching	Consiste en liberar el potencial de una persona para incrementar al máximo su desempeño. Es el arte de crear un ambiente a través de la conversación y de una manera de ser que facilita el proceso por el cual una persona se moviliza de manera exitosa para alcanzar los objetivos propuestos desde sus propias fortalezas. Whitmore (1992).

Fuente: Elaboración propia

En lo anterior descrito, me he referido a la gerencia como generalidad, así también, sobre alternativas emergentes gerenciales, dentro de las ya mencionadas se puede hacer alusión a la gerencia sustentable cada una son asumidas, de acuerdo a las necesidades del entorno empresarial. Es así,

que las organizaciones hoteleras deben estar acorde a esas exigencias. Al respecto y en concordancia con mi investigación debo referirme una vez realizado esta introducción, lo concerniente a gerencia sustentable como uno de los descriptores fundamentales vinculante con mi trabajo investigativo.

“Los países que ignoren la sustentabilidad económica, social y ambiental enfrentarán el riesgo de que sus productos y servicios sean rechazados por el mercado global”.
Gómez Samper

Es relevante como existen gerentes que aún prestan poca atención a la sustentabilidad demostrando poca relevancia en el desarrollo de los bienes, servicios que producen sus empresas; no escapando de ello las dedicadas a ofrecer alojamiento, piensan sobre el asunto solo referido al ambiente y cambio climático, pero les cuesta visualizar su significación para el futuro de sus organizaciones; asumiendo una postura anclada en viejos paradigmas pensando en desarrollo social, económico desde la exclusiva responsabilidad del gobierno, siendo pocos los integrantes del nivel gerencial hacia una sustentabilidad global.

En este aspecto, sobre sustentabilidad Gómez (2014), expresa:

La sustentabilidad gerencial se fundamenta en un principio sencillo: asegurar que, en el futuro, se cuente con el agua, las materias primas y los recursos requeridos para proteger la salud humana y la del ambiente. La sustentabilidad crea y mantiene las condiciones en las cuales los seres humanos y la naturaleza podrán coexistir en armonía productiva, para así satisfacer las necesidades sociales y económicas de la generación actual y las futuras. (p. 6)

Quizá el motivo por que pocos empresarios, gerentes no le prestan debida atención a la sustentabilidad sea que en principio luce abstracto, poco pertinente a sus tareas inherentes a sus responsabilidades. Con respecto al nivel gerencial hotelero es requisito indispensable la calidad de servicio para garantizar la sustentabilidad en sus negocios, no esperando ser desplazados por la innovación destructiva de nuevas empresas y tecnologías para darse cuenta los gerentes de que la sustentabilidad es un asunto a todos incumbe. El cumplimiento de acciones gerenciales sustentables serán garantes en beneficios para la actividad turística. Dentro del conjunto de estos aspectos, Gómez (ob. cit.), aporta lo siguiente:

Con el correr del tiempo, los países y las empresas que ignoren la sustentabilidad económica, social y ambiental enfrentarán el riesgo de que sus productos sean rechazados por el mercado global. Es tiempo de que los gerentes se percaten del desarrollo sustentable. (p. 6)

Estas razones, hacen ver la importancia para las organizaciones implementar como premisa gerencial sustentable como factor sine qua non para el éxito y longevidad en el mercado a la cual pertenezca; en este caso específico unos indicadores a tomar en cuenta es calidad del servicio para compararse con el mejor del mercado compitiendo asertivamente. Todo esto aunado a la responsabilidad social inherente a empresas comprometidas desde la gerencia sustentable con su entorno, integrándose voluntariamente a esa realidad contextual existente, cambiante en función de los nuevos paradigmas emergentes.

Las reflexiones anteriormente realizadas, me conllevan a mencionar lo correspondiente al Desarrollo Sustentable del Turismo y en este sentido la OMT (ob. cit.), hace referencia a ella como el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

1. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas. (p. 35).

Con la finalidad de aportar sobre el deber ser antes descrito, se puede subrayar que para contribuir a esto se tiene que tomar en cuenta para un desarrollo sostenible del turismo, ofrecer un alto grado de satisfacción a los turistas y como prestador de servicio turístico representar para ellos una experiencia significativa y así fomentar desde la gerencia unas prácticas de turismo sustentable.

Calidad en el Servicio Turístico

El turismo como actividad de servicio diferente de la de producción, constituye la esencia del fenómeno turístico, la prestación que el cliente espera recibir, además del servicio básico consumible, esto es prestación y consumo simultáneo. De acuerdo Ramírez (ob. cit.), “El servicio es intangible... en otras palabras, la gestión de la calidad en los servicios aunada a la búsqueda de la productividad resultan en la satisfacción del turista y, como corolario, el incremento de la rentabilidad” (p. 45).

Cuando se habla de la prestación del servicio turístico, cualquiera que sea su modalidad (hotelería, transporta, restaurantes, agencias de viajes, información turística, etc), el elemento central que determina el nivel de excelencia del sistema, es el turista quien representa el factor clave de la calidad; así mismo el autor antes mencionado que de acuerdo al perfil y las características el turista impone a priori el nivel de calidad de la instalación y del servicio; obliga a la empresa a responder a sus demandas. El mismo autor señala “la calidad constituye un valor que está dispuesto a pagar por el servicio prestado y el mantenimiento de la del nivel de calidad requerido debe ser permanente, a todas horas, en todo momento y lugar... (p.45).

Entonces, la empresa debe garantizar el equilibrio entre las expectativas del turista y la calidad del servicio ofertado, obediendo esta última a una realidad y no solo a una promoción en el papel. Las promesas, mediante la promoción y la publicidad deben ajustarse a las normas de la calidad y a lo exigido por el turista.

Dentro de la actividad turística, existe un elemento esencial para la sostenibilidad de la actividad, además es determinante para el uso y disfrute del turista esperando que sus demandas sean bien

satisfechas y es desde su experiencia que va a decidir volver; es así que la calidad del servicio turístico se hace de grande importancia y a esto respecto Gándara, Fraiz y Alén (2000), afirma que:

Debe haber en la calidad del diseño del producto o servicio, debe haber conformidad de los estándares con las necesidades y deseos de los usuarios, particularmente de los servicios turísticos. También de haber eficiencia de personas y equipos en la prestación de los servicios en relación con las expectativas del viajero.” “Proporciona la calidad total es una obligación moral, ya que, quienes solicitan y adquieren la mezcla de producto-servicio, supone que existe una calidad que corresponde al tipo y nivel de servicio contratado, y es su deber, no solo comercial, sino también ético, de quien proporciona el servicio hacerlo eficientemente, sin importar cuál sea el precio que haya pagado por el mismo. El logro de la calidad dentro los negocios turísticos, hoteles, restaurantes y demás, se basa en la existencia de toso un sistema de valores tanto personales como organizacionales, junto a un compromiso a una excelencia de la prestación del servicio” (p. 6).

No obstante y más específicamente en relación a la calidad de servicio hotelero que es parte fundamental a tomar en cuenta en la investigación y además por ser un elemento fundamental para la construcción de destinos sostenibles y las empresas hotelera es un instrumento importante, en este orden el autor Reyes describe que, esto va enfocado a las consideraciones y obligación de los gerentes de la red hotelera de ofrecer a los usuarios la satisfacción de sus necesidades de acuerdo a los establecido en los estándares de calidad exigidos, con el propósito de buscar la excelencia siendo participe de garantía en la sostenibilidad de la actividad del sector turismo.

Interesante desde la perspectiva holística; deben ser los aspectos inherentes a prestar excelencia en la calidad; todos los integrantes que intervienen para que se lleve a cabo y sea implementada de manera efectiva y eficiente las políticas gerenciales, niveles medios y operativos. Es interesante destacar lo referido por Camisón, Cruz y González (2006), en su libro *Gestión de la Calidad* con respecto a ello:

En otros términos, el sistema de gestión de una organización es el conjunto de elementos (estrategias, objetivos, políticas, estructuras, recursos y capacidades, métodos, tecnologías, procesos, procedimientos, reglas e instrucciones de trabajo) mediante el cual la dirección planifica, ejecuta y controla todas sus actividades para el logro de los objetivos preestablecidos. (p. 346).

De acuerdo a los establecido anteriormente, se infiere la importancia de tener claridad, sentido de la responsabilidad individual y colectiva, además del apego de pertenencia de los miembros de la organización a cumplir con los planes establecidos y el uso de las estrategias; partiendo desde la gerencia y aguas abajo, con el objeto de cumplir con el sistema de gestión planteado por la organización comprendiendo diversos sistemas de gestión para áreas especializadas, es decir, para la planificación, la ejecución y el control de una parte de sus actividades, que están entre sí relacionados y coordinados por las directrices del sistema de gestión global.

Hacia este mismo norte, las ISO 9000 (2005), fija su posición y dice sobre la gestión de una organización “actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización”, mientras que el sistema de gestión sería el “sistema para establecer la política y los objetivos y para lograr dichos objetivos” (p. 346).

Por último y no menos importante, se hace necesario exponer sobre el turismo lo planteado por la OMT (ob. cit.), establece ésta como una actividad económica, cultural y social en la cual una o varias personas se movilizan de manera voluntaria desde su lugar habitual de residencia con el propósito de disfrutar de su tiempo ocio, motivos personales, profesionales, religioso y de negocio y en están implícitos lo que se puede denominar gastos turísticos.

Es importante destacar el concepto dado por MINTUR (2021), de turismo:

Se define turismo como cualquier tipo de viaje de una persona fuera de su lugar de residencia fija por más de 24 horas, generalmente con fines de recreación o disfrute. Por lo que se podría decir que el turismo, es aquella actividad que implica desplazamiento momentáneo con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción con los bienes y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa. (p. 8)

Con respecto a esto, para quien suscribe el turismo es la actividad realizada por una o más personas, con la finalidad no sólo de recreación y esparcimiento, necesarios para el ser humano; sino también para hacer turismo de negocios, religiosos, razones personales, de salud, sexual, científicos en la cual existe desplazamiento desde un lugar de origen a otro, el cual no es su residencia habitual; en la que se espera recibir satisfacción y calidad de lo ofrecido por parte de los prestadores de servicios turísticos y estos a su vez esperan rentabilidad y beneficios económicos.

Entendiendo entonces que el turista deriva de connotación turística en mi opinión, el turista es la persona que se desplaza desde su lugar habitual de residencia a otro ámbito geográfico, con la motivación de recreación, personal, profesional, religioso o cultural que pernocta y utiliza los servicios turísticos; lo que implica gastos.

Siguiendo con la definición, La LOT (ob. cit.), se refiere al turista como:

Toda persona natural que viaja fuera de su entorno habitual, por más de una noche y menos de un año, con fines de ocio y recreo, beneficiándose de algunos de los servicios prestados por los integrantes del Sistema Turístico Nacional y cuya visita no sea remunerada en el lugar visitado.

Para el MINTUR (ob. cit.), un turista es “Es un visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado por lo menos una noche”. (p. 9). Y según OMT (ob. cit.) lo define de esta manera “Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación”. (s/n).

En otro ámbito de idea, es pertinente hacer referencia lo establecido Berkeley (2008), en la cual define al empirismo como:

Se da a entender que el empirismo se puede definir como la experiencia como la norma de la verdad en el conocimiento. La experiencia repetida nos da el criterio para conocer las situaciones. El empirismo se caracteriza por no permitir que el hombre tenga el significado absoluto de la verdad, La verdad debe ser experimentada para saber si debe ser modificada, corregida o es falsa. La mayoría de nuestro tiempo tenemos una manera de pensar empírica, no aplicamos el conocimiento científico para los sucesos.

En la percepción del autor, el empirismo, de acuerdo a lo establecido por Berkeley, desde el punto de vista filosófico y según la posición del investigador se refiere a adquirir un conocimiento a través de la experiencia y en lo particular y relacionado con el tema de investigación, es entonces; la visión que tiene el turista desde la experiencia obtenida en el tiempo y espacio en la cual es beneficiado por el servicio prestado; y a partir de allí va a determinar la calidad ofrecida de quien le compete, aquellos que le ofertan la hospitalidad. Una vez dado el servicio el usuario se hace y se apropia de un conocimiento empírico y es portavoz protagonista de difundir, si hubo o no calidad en el servicio que recibió.

TERCER SENDERO RECORRIDO ONTO-EPISTEMOLÓGICO Y METODOLÓGICO DEL PROCESO COGNOSCENTE

Desde la génesis de la humanidad el hombre se ha visto en la necesidad de conocer su entorno, buscando explicaciones a eventos que se le presentan, en los cuales ha tenido acercamiento indirecta o directamente, estos encuentros generados por la naturaleza de distintas formas lo han hecho experimentar diversas maneras su entorno, permitiendo al hombre caracterizarlos acorde con su realidad. Todo esto lo ha llevado a obtener conocimiento promoviendo la indagación sobre las características del mundo más allá de sus experiencias vividas.

En tenor a ello, la ciencia es unas de las herramientas para conocer esa realidad, en la cual desde los orígenes ha estado presente, a través de la misma el sujeto ha podido encontrar explicaciones ampliando el espectro visual del mundo que lo rodea, como de la naturaleza en la cual cohabita. Dentro de este mundo globalizado, del cual el desarrollo de la ciencia coadyuva en avances científicos, tecnológicos generando respuestas a distintas necesidades del ser humano fortaleciendo diversas áreas, incidiendo en mejoras de vida para la sociedad se hace imprescindible abordar la ontología desde distintas perspectivas.

Una de las manera de enfocar el proceso investigativo, viene dado desde las ciencias naturales y sociales en ella se pretende relacionar el sujeto-objeto bajo el sustento en la dialogicidad, distinto al método convencional de hacer ciencia determinista representando al positivismo. Dado que las organizaciones están constituidas por seres humanos donde se dan las relaciones de los hombres entre si y del hombre con la naturaleza. En este sentido Velázquez (2005), señala que “el enfoque social de las organizaciones se centra básicamente en modelos de inserción legítimos entre los miembros que la integran, al perseguir objetivos y ocuparse en actividades para lograrlo (p.17). Entonces, podemos considerar las organizaciones sociales como fenómenos complejos que deben ser comprendidos en su propio contexto social.

Tomando en cuenta, lo relatado anteriormente, y en concordancia de mi aproximación al hecho social he realizado la presente investigación desde el enfoque interpretativo de la investigación cualitativa, comprendida desde la voz de los turistas con relación a su percepción de la gerencia sustentable en correspondencia a calidad del servicio, a través de los sentidos y significados asignados por los informantes clave, habiendo interpretado los elementos resaltantes, permitiéndome generar un constructo teórico gerencial sustentable de calidad del servicio turístico.

Desde esta perspectiva, según Martínez (2006), la investigación cualitativa valora el contexto circundante como es vivido y percibido por el hombre; sus ideas, sentimientos, motivaciones; trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena en su comportamiento y manifestaciones. Desde este punto de vista, la investigación cualitativa es la integración entre elementos desde lo subjetivo en concordancia a la realidad vivida por los actores, siendo interpretada tal cual ellos las cuentan, en el caso específico del hecho investigado son las opiniones dadas por turistas.

Desde este contexto, con esta investigación he realizado un estudio basado en los hechos sucedidos en el entorno donde ocurrieron, en función de las experiencias vividas por el turista global y holísticamente, interpretándolas e integrando los hallazgos; acercándome a la realidad desde los

significados y visión del contexto que tengan los turistas.

En este aspecto, el ser humano como ente importante generador de conocimiento establece distintas forma de apropiarse de él; hacerlo conocer creando distintas historias, a través de la ciencia produciendo saberes llegando a una realidad, también a las aproximaciones que provocando formas más eficientes emanadas de la investigación realizada; está por razones de estructura, relacionada directamente con el enfoque cualitativo.

Sendero Ontológico del Fenómeno

En este sendero exhibo la postura inequívoca ontológica del sujeto estudiado, tomando en cuenta como realidad contextual existente en el ámbito social, de manera multifactorial, complejo, multidisciplinario, particular y subjetivo desde un ámbito, con características propias desde su ser, hacer y quehacer; apropiándome del sujeto cognitivo desde el construccionismo social como epistemología, basado en el método fenomenológico apoyado en la hermenéutica sustentando mi interpretación en los aportes derivados de testimonios significativos suministrados por los actores sociales.

Desde el punto de vista ontológico, emprendí un abordaje de la realidad estudiada, en el área alojativa de los hoteles y posadas del municipio San Carlos estado Cojedes, obteniendo respuestas a las interrogantes planteadas ¿Cómo indagar el fenómeno a estudiar? ¿En dónde buscar los elementos claves para interpretar las subjetividades de los turistas en referencia a la calidad del servicio turístico que esperan recibir? Habiéndome aproximado en lo posible en conocer la naturaleza del fenómeno como ontología para crear y acercarme a esa verdad, de acuerdo a las perspectivas emitidas por los actores sujetos investigados.

Todo este fundamento ontológico, que soporta esta investigación radicó en la indagación realizada desde una realidad social sobre el aspecto calidad del servicio prestado desde acciones gerenciales sustentables hoteleras, enfocadas en la perspectiva de estos actores sociales principalísimos en todo este andamiaje integrados por quienes prestan el servicio y los turistas quienes son los beneficiados directos en el contexto de hospitalidad. En base a esto, desarrollé una investigación sustentada, a través de información recibida, contextualizada desde los acontecimientos sucedidos dentro del espacio relacionado en el área turística, específicamente con el aspecto calidad del servicio en la red hotelera en la ciudad de San Carlos.

Sobre este aspecto, Quevedo (2008), expone lo siguiente “la realidad de la vida cotidiana es una construcción intersubjetiva, un mundo compartido, lo que presupone procesos de interacción, comunicación mediante los cuales comparto con otros y experimento a los otros”. (p. 13). Se puede decir entonces, que los sujetos participan activamente en los procesos desarrollando sus propios sentidos, no solo en su acción intencional, sino como define su expresión en los espacios de autonomía relativa. Desde esta visión, se tomó en cuenta los sentidos y significados que los actores intervinientes que le adjudican juicios a la gerencia enfocada hacia calidad de servicio turístico prestada por los hoteles y posadas del municipio San Carlos.

Bajo esta dinámica, la dimensión ontológica su importancia radica en el objeto de estudio, pero no siendo ajeno al ser humano, existe una simbiosis entre los actores sociales, y lo que se estudia; en este caso los turistas y prestadores de servicio conformaron un conglomerado interrelacionado, en

función de construir una realidad a erigir, a través de intercambios relacionados con los miembros involucrados en la investigación, tomando en cuenta la dinámica, su realidad desde el contexto social donde se desenvuelven, de acuerdo a sus valores, creencias, conocimientos y acciones.

Esto tiene relación con, el intercambio y la intersubjetividad en las cuales se obtuvieron señales y signos referenciales para la interpretación de los diversos símbolos desde la visión y perspectiva de cada actor social en la construcción de las mismas relacionado con la investigación sobre gerencia sustentable de la calidad del servicio en los hoteles y posadas de la ciudad de San Carlos. El conocimiento obtenido surge ajustada a esa realidad planteada por los protagonistas, en este sentido La Torre (2006), describe la realidad como la construcción social que está sujeta a la interrelaciones e intersubjetividad, por lo tanto es relativa en tiempo/espacio determinado, pues la realidad se construye de la dinámica entre las personas, desde lo holístico, no existe una verdad absoluta. Sino divergente, desde una contexto multifactorial erigiéndose desde la experiencia.

Basándome en lo anteriormente descrito, la realidad actual invita a las empresas instituciones, organizaciones específicamente relacionadas con el área alojativa a utilizar herramientas gerenciales para la implementación de políticas circunscriptas a la realidad contextual del entorno en función de dar respuestas adecuadas, eficientes a esos retos enmarcados por los cambios sociales generados constantemente, por ello en mi investigación generé un constructo gerencial sustentable que pueda ser considerado para adecuar a estas empresas turísticas encargadas de la hospitalidad sobre la pernocta del turista para mejorar la calidad del servicio tomando en cuenta opiniones y perspectivas del turista como actor principal en este eje transversal sustentable del turismo en el municipio San Carlos estado Cojedes.

Sendero Epistemológico

En este sendero epistemológico pretendí apropiarme del conocimiento, indagando desde la realidad subyacente, a través del estado del arte para generar conceptualizaciones relacionados con el tema de investigación, de acuerdo a percepciones descritas por actores como informantes protagonistas del contexto social lo cual me permitió examinar aspectos relevantes para aproximarme a esa realidad, a través de interpretaciones, significados y pareceres según las voces del turista, generando un constructo teórico gerencial sustentable de calidad del servicio desde la experiencia en la red hotelera como desarrollo sostenible del sector turismo.

Es preciso señalar a Ricci (1999), la epistemología según su criterio es el punto de vista desde el cual se relaciona con las cosas, fenómenos, los hombres y eventualmente con lo trascendente. Esto, se produce en el ámbito personal, cotidiano, también ocurre en el ámbito científico, donde proliferan distintas corrientes y sistemas de pensamiento que resultan ser, en definitiva, formas de ver el mundo. Podríamos comparar la Epistemología con un mirador u observatorio de la realidad con lentes más o menos agudos, la miran críticamente, dándose cuenta que no se halla fuera de ella, sino contribuyendo a constituirla; es decir, no es meramente un proceso de observación, sino una participación activa en el hecho o fenómeno estudiado.

En tal sentido, el investigador debe mirar el conocimiento científico como parte de la vida del individuo, desde yo investigador ser capaz de empoderarme con la visión epistemológica desde darme cuenta, en base a la reflexión, del pensamiento. Teniendo prioridad al ser y el que hacer, desde una óptica transdisciplinaria, enfocándome en como modifico lo que me rodea, pero también, como

soy modificado por él.

En esta investigación, obtuve conocimientos, a través de la construcción social generada con el escenario estudiado desde sus propios actores sociales, haciendo una interpretación de los significados y valoraciones que se suscitaron en el sendero investigativo tal cual como fueron presentados y experimentados por los sujetos investigados de acuerdo a su entorno vivencial, en base a su realidad circundante, para desentrañar el entramado llamado calidad de servicio en los hoteles y posadas, desde la perspectiva del turista, llegando a una hermenéusis al respecto.

Esto se relaciona con, el sendero epistemológico a seguir como investigador desde la intencionalidad de un estudio cualitativo conociendo las diferentes formas en que el sujeto, en este caso en particular, llamado turista significa, distingue, percibe y simboliza como actores sociales en el proceso investigativo sobre la gerencia sustentable de calidad del servicio prestada de acuerdo a sus necesidades, en este contexto me refiero al construccionismo social como mi episteme de investigación.

Es decir, que la realidad dinámica presentada en el contexto gerencial hotelero sobre calidad del servicio, se relacionada con los usuarios llamados turistas y la gerencia debe además adecuarse a la percepción sentida por ellos, cobrando relevancia desde la valoración individual, sistematizándola utilizando estrategias sostenidas en nuevos conocimientos transformadores transmitidos de esos grupos sociales desde la dialógica y reinterpretar acciones orientadas a una gerencia sustentable de calidad de servicio turístico.

Por otra parte, Gergen (2009), habla sobre el construccionismo social como la herramienta del futuro que permite la dialógica del presente, no viéndonos a nosotros mismos como dueño de la verdad, sino como personas con puntos de vistas desde perspectivas diferentes, con las cuales interactuamos, estudiamos o tratamos, no observándolos como objetos que ya conocemos, sino como sujetos colaboradores, creando formas de entendimientos desde la diversidad, opiniones, significaciones y valoraciones distintas, las cuales pueden tener coincidencias pudiendo interpretarlas en conjunto dando aportes colectivos a esta investigación. Es significativo destacar la importancia del trabajo con todos los actores sociales intervinientes en este proceso dialógico, porque son la voz prominente del quehacer investigativo.

En este entramado mi dimensión epistemológica, parte de una visión construccionista de la realidad social en el ámbito correspondiente a una gerencia sustentable de calidad de servicio alojativa desde la perspectiva del turista (actor social). Tomando en cuenta en consideración no son representaciones de hechos dados, sino que refieren versiones y perspectivas construidas, a través como se ve el mundo desde las individualidades.

De hecho, el Construccionismo Social de Gergen (1996), rechaza la existencia de una realidad de manera independiente de nuestro modo de acceso a ella, no admite la objetividad como una forma privilegiada de su abordaje. De modo que, la realidad se nos ofrece con sus características particulares, las cuales asumimos a partir de las experiencias, y orientadas hacia las acciones, discursos, pensamientos y acciones en la cotidianidad, siendo parte de esa construcción social, en múltiples significados. En tal escenario, cobra relevancia la subjetividad de los actores sociales, lo cual se abordó este estudio de manera holística y no fragmentada en cada uno de los significados y expresiones emitidas durante diálogos sostenido con ellos.

Su comprensión de la realidad percibida por ellos de la calidad de servicio ofrecida por la gerencia en los hoteles, posadas, como es su cultura organizacional en relación a satisfacer las necesidades desde calidad en sus servicios y su mejoramiento continuo del mismo de acuerdo a las opiniones esgrimidas por los turistas plasmadas, entre otras formas, a través de los libros de reglamos y sugerencias.

Sendero Metodológico

Para toda investigación es fundamental que los hechos y relaciones que establecen los resultados obtenidos o nuevos conocimientos, tengan el grado máximo de exactitud y fiabilidad. Para ello utilicé una metodología o procedimiento ordenado, que seguí para establecer los hechos y fenómenos hacia los cuales se encaminó el interés del estudio realizado.

En tal sentido Ander Egg (2004), señala “Metodología de la Investigación, tal término se usa para designar el esbozo, esquema, prototipo o modelo que indica las decisiones, pasos y actividades a realizar para llevar a cabo una investigación”. Más allá de la elaboración del marco teórico, la constitución del equipo investigativo, coordinación en las actividades investigativas, elección de los instrumentos metodológicos, organización del material a consultar, etc. Desde mi percepción son estrategias, procedimientos, el cómo cumplir con mis aspiraciones planteadas para recorrer el hecho investigativo.

En relación a esto, en la investigación adopté una metodología pretendiendo, adentrarme como sujeto cognoscente; utilizando las herramientas que brinda el paradigma cualitativo, enfocada desde el punto de vista del método fenomenológico apoyado en lo hermenéutico como soporte teórico/operacional para el proceso investigativo. Bajo esta premisa la meditación filosófica en relación al contexto que me rodea, en plena conciencia sobre las posibilidades de un entorno intuitivo, factores, elementos y condiciones percibiéndolas al frente, con respecto a la gerencia sustentable de calidad del servicio desde la perspectiva de los turistas.

Esto se relaciona con, el sendero metodológico seguido como investigador desde la intencionalidad de realización del estudio desde lo cualitativo conociendo las diferentes formas en que el sujeto, en este caso en particular, llamado turista conceptualiza, experimenta, percibe y comprende la calidad de servicio prestado en función a sus necesidades, en este contexto me refiero a fenomenología método de mi investigación. Es preciso citar a Husserl (1975), el cual se refiere ésta como:

La ciencia que trata de describir las estructuras esenciales de la conciencia. Intenta entender de forma inmediata el mundo del hombre, mediante una visión intelectual basada en la intuición de la cosa misma, es decir, el conocimiento se adquiere válidamente de los datos inmediatos y originarios...La metodología designa un nuevo método descriptivo... y una ciencia apriorística que se desprende de él y que está destinada a suministrar el órgano fundamental para una filosofía rigurosamente científica y posibilitar en un desarrollo consecuente, una forma metódica de todas las ciencias. (p. 59-61)

Entendiendo, la ciencia apriorística llamada así, porque inicia de la vivencia del sujeto, experiencia intencional, quiere decir, no parte del objeto, sino desde la conciencia de quien observa al objeto. No busca el ser, sino objetos intencionales, es decir, objetos asumidos por la subjetividad o intersubjetividad. La fenomenología no busca vislumbrar el objeto mismo, sino en la forma que es

captado por el sujeto desde su intencionalidad y su perspectiva ontológica del contexto vivencial individual y colectivo.

Por ello es importante, haber registrado las opiniones pertinentes a calidad de servicio ofrecida por los establecimientos dedicados a hospitalidad, desde las vivencias experimentada por turistas cuando reciben sus servicios al momento de pernotar en las posadas u hoteles, cómo es su percepción de la gestión gerencial con relación a este aspecto, cada individuo tendrá individualmente, personalísima, una matriz importante, para ser tomada en cuenta por los miembros organizativos para corregir, si hubiera que hacerlo, si bien es cierto, el servicio es evaluado individualmente, al incurrir reiteradamente en situaciones favorables o no, se hará colectiva esa opinión debiendo tomarse en cuenta.

Este estudio, lo tomo desde la epojé entendiéndola como el conocimiento intersubjetivo dejando que sucedan los hechos, percepciones, experiencias y vivencias del protagonista social con la intención de indagar el fenómeno desde el contexto donde se desarrollan con intención en términos de captar la esencia de la conciencia en torno a la forma inherente del mundo de las cosas en relación a lo ofrecido del fenómeno en estudio. Al respecto Husserl (1995) indica:

Mediante la epojé fenomenológica me aprehendo a mí mismo como conciencia del mundo y como generador de sistemas de objetividad. Veo al mundo como mundo para mí razón. Percibo el espacio y el tiempo, lo experimento, lo imagino, pienso en él mediante diversas formas cuantitativas o cualitativas, desgloso lo considerado por mí como “sus” partes. Juzgo al entorno según mis formas de verlo y entenderlo. (p.24)

Como investigador, tomé la actitud correspondiente, basada en lo reflexivo, habiendo observado el modo como suceden los acontecimientos desde la conciencia misma, los tramos vivenciales en referencia al tiempo fenomenológico de los sucesos discretos entre los actores sociales y el investigador, una fusión íntima.

Es importante lo señalado por este mismo autor, sobre fenomenología son situaciones que me conectan con la realidad inmediata, que me hace pensar en nuevas percepciones, en todo momento de vigilia, puesto que frecuentemente aparece en un mundo de cosas, como en valores y bienes, tangibles e intangibles, pensamientos y prácticas, que conforman cualidades constitutivamente inherente a los objetos múltiples y cambiantes en los actos del yo, en que tengo conciencia del mundo.

La postura fenomenológica que he asumido como investigador en el entorno, con el mundo de experiencias de los modos de aparecer sobre las cosas que tienen que ver con el campo de percepción, de conciencia intersubjetiva, respecto la gerencia sustentable de calidad del servicio desde la perspectiva del turista en el municipio San Carlos, constituyen las formas de la realidad que encuentro pertinente como un sentido sostenible turístico desde la gerencia alojativa, que abordé desde lo trascendental como señala el autor mencionado.

Ahora bien, la realidad se construye permanentemente desde la experiencia, es así, que el método fenomenológico utilizado en esta investigación se apoya en lo hermenéutico para reforzar el proceso investigativo, para ello es pertinente hacer referencia a lo establecido en las Manual para Elaboración de Trabajos Especiales de Grado, Trabajo de Grado y Tesis Doctorales de la Universidad Yacambú (ob. cit.):

Hermenéutico: Trabajo interpretativo, realizado con el propósito de observar un fenómeno y buscarle significado; pretende captar el significado de las cosas al realizar una interpretación rigurosa del proceso comunicativo integral de los sujetos estudiados dentro de los aspectos particulares del contexto al cual pertenecen. (p. 11)

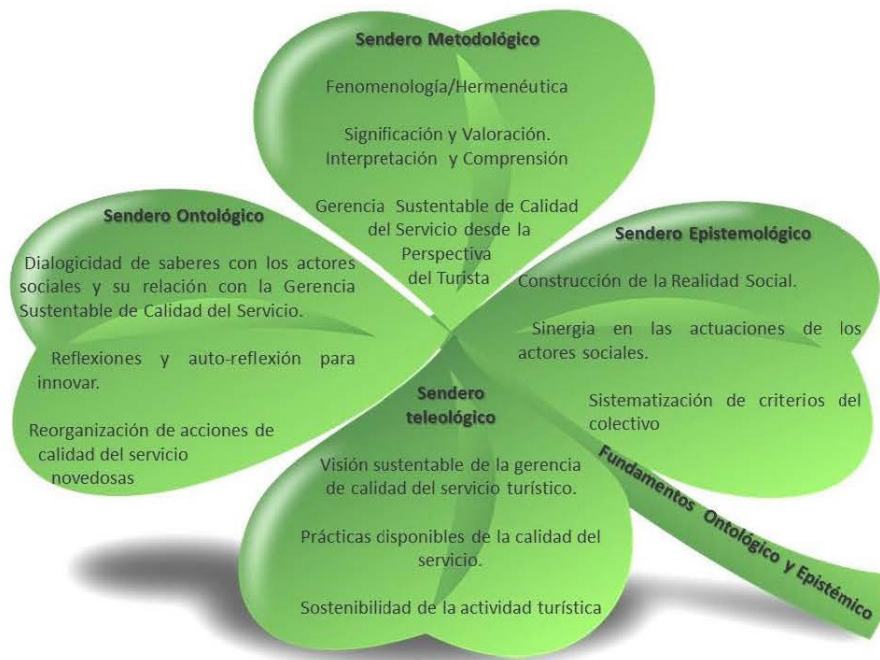
Como parte metodológica para la investigación el cual realicé desde la hermenéutica, por cuanto pretendí captar en su esencia la significación de los hechos estudiados de manera rigurosa buscando significado al fenómeno, a través de la interpretación de los hechos conocidos para llegar a la aproximación de la verdad de una génesis teórica.

Es importante señalar, lo referido por Heidegger (1989), sobre hermenéutica exponiéndola como una interpretación comprensiva de lo que es la existencia; es así, que el comprender y la interpretación constituyen una estructura existencial del ahí, en la cual existen unos elementos los cuales deben comprenderse.

Desde este punto de vista, en mi rol como investigador comprendí desde la interpretación de los sucesos presentados en el área turística, específicamente el abordaje con relación a la gerencia sustentable de calidad del servicio alojativo en lo referente sobre la base a opiniones de su principal actor, el turista, de acuerdo a sus vivencias y experiencias, desde aspecto teleológico como repercute en la sustentabilidad del turismo. Además las consecuencias positivas en la fidelidad hacia la empresa por parte de quienes son sus principales aliados y quienes deben ser los más consentidos asegurando su bien-estar.

Ahora bien, un diseño es según Álvarez - Gayou (2003), “un marco interpretativo referido al abordaje general que se utiliza en el proceso de investigación” (p.49). Por tanto los diseños cualitativos se caracterizan por ser abiertos y flexibles, los cuales deben adaptarse a las circunstancias de la investigación. Debo señalar, en lo particular mi diseño investigativo está basado en lo fenomenológico y hermenéutico, ya que comprende la descripción, registros, análisis, comprensión e interpretación de los testimonios sobre la realidad donde ocurren los acontecimientos, sin manipular o controlar los hechos.

En el caso específico, en los sucesos generados en un contexto social de características complejas, Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2010), plantean que la naturaleza interactiva de los diseños cualitativos y el hecho de que las fronteras entre éstos realmente no existen. Además, un estudio inductivo normalmente incluye elementos en más de un tipo de diseño cualitativo, es decir, que se yuxtaponen. Por ello consideré oportuno emplear el diseño de la metodología fenomenológica apoyado en la hermenéutica. En el gráfico 2 se refleja esbozos del Conocimiento de Investigación.



Esbozos del Conocimiento de Investigación. (Elaboración propia)

De acuerdo al gráfico antes expuesto, se visualiza los fundamentos ontológicos y epistemológicos, descrito como los esbozos del conocimiento investigativo, en su referente ontológico, epistemológico, metodológico y teleológico. Con relación al primer mencionado se generó un espacio para realizar una reflexiva interrogante ¿Cómo es la naturaleza de la realidad? En este espectro, lo referido a la gerencia sustentable de calidad del servicio desde la perspectiva del turista del municipio San Carlos, producida sistemáticamente desde una dialógica entre los actores sociales con el propósito de intercambios sobre la perspectiva, sentidos y significados asignados por los informantes al respecto.

En cuanto al referente epistemológico, el dinamismo de esta realidad sobre el fenómeno investigado, me permitió comprender que esas interacciones sociales, se concatena el hecho de la construcción social de la realidad, viene dada por ese eje transversal de prácticas complejas en el área turística, en función hacia una gerencia sustentable de calidad del servicio tomando en cuenta los significados dados por los actores sociales del fenómeno que se sucede en el contexto para ser interpretados y comprendidos para la aproximación del constructo establecido.

En referencia a lo metodológico, la significación del estudio en términos de la fenomenología-hermenéutica, se sustenta en el proceso de recolección informativa sobre el fenómeno a investigar abordado sobre la gerencia sustentable de calidad del servicio alojativo del municipio con los propios actores sociales, quienes otorgaron el sentido y significado de sus vivencias experienciales en el marco de atención de dicha perspectiva. Bajo esta mirada, además la condición hermenéutica

permitió interpretar y comprender el cómo la gerencia sustentable debe asumir la situación planteada como fenómeno de manera conjunta con sus clientes, a fin de tomar decisiones construidas sobre la base vivenciales experimentadas por turistas para elaborar un constructo gerencial sustentable para brindar calidad de servicio tomando en cuenta sus opiniones con relación al tema.

En referencia al aspecto teleológico, erigir un constructo gerencial sustentable de calidad del servicio desde procesos definidos relacionados con la perspectiva de los turistas, a través de procedimientos concretos como la importancia que tiene escuchar las voces de esos actores sociales para comprender los sentidos y significados interpretarlos en función del mejoramiento continuo, prestando excelencia calidad a los huéspedes.

Actores Sociales

Cabe considerar, por otra parte, este trabajo investigativo, los actores sociales fueron seleccionados de acuerdo a criterios personales, los cuales son clave para mi recolección informativa que permita avanzar de manera correcta en la investigación y adicionará elementos cognoscitivo desde un enfoque cualitativo, de importancia a su propia naturaleza. La cantidad de actores sociales estuvieron conformados por cinco (5) personas; clientes asiduos a alojarse en establecimientos hoteleros y posaderos; localizados en el municipio San Carlos del estado Cojedes. Con características similares siendo abordados, para hacer las respectivas entrevistas a profundidad, en momento similares, es decir, en una temporada específica como la vacacional, siendo esta propicia por la cantidad mayoritaria de turistas pernotando en los establecimientos existentes.

Dentro de mi investigación, tomé en cuenta algunos factores fundamentales, el tipo de turistas, la regularidad de su pernocta, la situación geográfica de su hospedaje, cantidad día que permanece hospedado, con la intencionalidad en recibir la mayor y acertada información desde las opiniones suministradas por los actores sociales con relación a la calidad recibida por los prestadores de servicio turísticos, cuando se hospedan en sus establecimientos.

Descripción de la Codificación de los Actores Sociales

Descripción	Codificación
Actor Social Turista 1	AST1
Actor Social Turista 1	AST2
Actor Social Turista 1	AST3
Actor Social Turista 1	AST4
Actor Social Turista 1	AST5

Fuente: Elaboración propia.

Técnicas e Instrumentos de Recogida de la Información

La entrevista a profundidad, me permitió la oportunidad cercana, empática con los actores sociales de propiciar un diálogo sin cortapisas, brindándole un clima de confianza, redundando en una conversación extensa, afable, de acuerdo a sus vivencias y experiencias valiosas como elementos significativos en la indagación posibilitando hallazgos viables encontrados durante este proceso de investigación. Esta entrevista se realizó con toda naturalidad considerándola como una conversación, pero ahondando en los aspectos requeridos en mi trabajo para cumplir con los propósitos planeados.

Técnicas de Interpretación de la Información

Para la organización de la información obtenida y el señalamiento de las categorías de análisis las representaré, a través de matrices que me permita visualizar de manera clara la categorización, las dimensiones e información proporcionada por los informantes. Esto me va a permitir el análisis para la categorización subcategorización y triangulación de las claves de generación de información.

Durante el proceso indagatorio surgieron categorías conceptuales, lo que permitió llegar al constructo teórico. En esencia, seguí tres etapas distinguidas por la teoría fundamentada de Glaser & Strauss (1967), que define sus procedimientos básicos en: recogida de datos, codificación y reflexión analítica en notas. Por esta vía se elaboró la teoría, construyendo y relacionando las categorías encontradas; las cuales develaron las relaciones entre ellas y los datos.

Sendero de Sistematización de la Información

La actividad sistematizadora de la información me permitió adentrarme en un lugar con poca visibilidad para en lo sucesivo conocer el contexto social estudiado. Todo esto dado por la interacción con los actores sociales desde el dialogo reiterativo y pensamiento reflexivo, que me suministraron datos esenciales orientados a identificación de categorías y sub categorías en función de organizar esa información. Desarrollé acciones para edificar, a través de las matrices las cuales me permitieron organizar las categorías que surgieron de la información dada por los protagonistas sociales tomando en cuenta sus cualidades y atributos.

Sendero de Aproximación a la Teorización

En el proceso de categorización y análisis a realizados, a través de la dinámica hermenéutica en función interpretativa como la manera de construir la realidad desde la perspectiva intersubjetiva con los actores sociales, informantes clave seleccionados. Me permitió ampliar mi visión del fenómeno desde el sentir, hacer y querer del lenguaje intrínseco en la acción, referente a las acciones gerenciales para brindar calidad de servicio para satisfacer las necesidades del turista que requieren ser bien atendidos. Esto vendrá dado por el conocimiento surgido de manera paulatina desde las categorías y subcategorías.

Con relación a esta investigación cualitativa, basada en el método fenomenológico/hermenéutico se empleó la triangulación de los datos, con las confrontaciones del investigador y los fundamentos teóricos relativos a la Gerencia Sustentable de la Calidad de servicio tomando en cuenta la perspectiva

del turista, con la finalidad de interpretar los hallazgos para transformarlos en una construcción teórica. Una vez categorizada la información, se procedió a su estructuración, uniendo las categorías similares en subcategorías, para así poder interpretar la realidad cognoscente con interacción dialógica del contexto, bajo una concepción hermenéutica, y así comprender holísticamente la cosmovisión gerencial sustentable con respecto a la calidad del servicio en el área de hospitalidad.

Al respecto, entonces se trata hacer conocer desde la realidad contextual de los actores sociales, de acuerdo a información suministrada, en las entrevistas a profundidad y el diálogo que se hicieron para luego sintetizarla, desde allí erigir un Constructo Teórico Gerencial Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista en el municipio San Carlos del estado Cojedes.

CUARTO SENDERO REVELACIONES EMERGIDAS Comprensión y Hermenéutica del Relato de los Actores Sociales

En este sendero parto de los axiomas del construccionismo social aproximándome desde la comprensión de la realidad revelando la interpretación de la información desde el conocimiento empírico expresado por actores sociales (Turistas), esto asociado, de acuerdo con las aspiraciones y los referentes teóricos vinculados al tema en estudio referido a Gerencia Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista. Es pertinente subrayar, en el recorrido del sendero inicié este proceso de interpretación, desde el mismo momento que se desarrolló la primera entrevista, permitiéndome hacer símil de manera reincidente los aspectos destacados en el proyecto de investigación.

Del mismo modo, en esta sección considero los hallazgos durante el desarrollo hermenéutico de la información, esgrimidos en las conversaciones sostenidas con los actores sociales y en los cuales emergieron después de cada entrevista, un proceso reflexivo, las cuales me permitieron identificar las características observadas durante las mismas; todo esto le aportó organización y sistematización al proceso interpretativo.

Con respecto a los aspectos procedimentales, durante el desarrollo de las entrevistas, los actores sociales develaron a partir de sus creencias y experiencias, la consecución del accionar gerencial a partir de una gestión sustentable de calidad de servicio tomando en cuenta las percepciones emitidas por los turistas; lo cual me permitió, a partir de la información recolectada revelar las categorías y subcategorías aportando organización y sistematización al proceso interpretativo.

Todo ello, me permite convalidar la importancia que reviste la organización, en función de interpretar y reflexionar sobre la información recabada durante mi investigación, puedo citar a Bogdan y Biklen (1982), quienes afirman que la interpretación de la información consiste en el proceso de explorar y organizar sistemáticamente las transcripciones de entrevistas, notas de campo recaudados, para incrementar la propia comprensión de ellas ofreciendo a otros lo que se ha develado. Igualmente agregan, que la interpretación implica trabajar con los datos, organizarlos, clasificarlos y dividirlos en unidades manejables, sintetizarlos, buscar patrones, descubrir lo que es importante, como proceso para la interpretación de estos. A partir de la información recabada de manera con una visión holística del entorno emergieron las categorías y subcategorías reveladas a continuación.

Hermenéutica de la Información

Dentro del ámbito metodológico y ratificando lo expuesto en el sendero III, la teoría fundamentada de Glaser y Strauss (ob. cit.), me permitió apoyarme para la categorización e interpretación de la información aportada por los actores sociales. Como producto de haber cumplido la primera fase de la interpretación de la información, emergieron las subcategorías de las entrevistas a profundidad utilizando el proceso de codificación abierta que consistió en identificar y clasificar fragmentos de las entrevistas que dieran significado a conceptos asignados por los informantes en su narrativa, en la medida que identificaba la subcategoría les asigne un color y código específico, esto me permitió el proceso clasificación y organización de ellas en cada una de las entrevistas.

Seguidamente, en la fase II, se configuraron las categorías como forma de agrupación estructurada de las subcategorías, esto se realizó considerando aquellas significaciones que tienen relación con respecto las realidades indagadas. Una vez identificada cada categoría procedí a la asignación de un código el cual relacioné en la codificación de su respectiva subcategoría.

De allí que la fase III corresponde a la codificación selectiva, por ello agrupé los principios orientadores para generar el constructor teórico que fundamenta la gerencia sustentable de la calidad de servicio desde la perspectiva del Turista, esta etapa representa la argumentación del sendero V, como aporte de esta investigación.

Fase I: Subcategorías Emergidas a Partir de la Codificación Abierta

En esta fase presento, la revelación de las categorías y diez subcategorías emergidas del proceso hermenéutico e informaciones reveladas en las matrices categorizadas por actores sociales del apéndice A, las cuales fueron organizadas sin ningún orden jerárquico que destaquen alguna significación de importante, igualmente se aprecia su respectiva codificación y cromatización.

Codificación y Cromatización

Subcategoría	Código	Color
Gestión Gerencial	GG	Purpura
Filosofía Organizacional	FO	Anaranjado
Programa de Formación	PF	Marrón
Gestión de Calidad del Servicio	GCS	Verde Lima
Valor Agregado	VA	Rosado
Vocación de Servicio	VS	Cris
Calidad Relación Precio	CRP	Rojo
Expectativas del Cliente	EC	Azul Cielo
Percepción del Cliente	PC	Agua Marina
Fidelidad del Cliente	FC	Verde Oscuro

Fuente: Elaboración Propia

En lo subsiguiente develaré la hermenéutica de las subcategorías indicadas anteriormente, allí surgen los careos que emergen de las percepciones relevantes de los actores sociales con relación a cada una de ellas, luego procedo a realizar el proceso de triangular la información emergida por los informantes, compulsándola con autores que hacen referencia teórica, en concordancia de los significados de estas, y por último presento mi interpretación como producto de la comparación, vinculación, aportados por ellos.

Sendero Interpretativo

Desde los testimonios esgrimidos por los actores sociales emerge como subcategoría la Gestión Gerencial en el ámbito hotelero y posadero, tiene necesariamente para ser asertivo al momento de gestionar los elementos fundamentales para cumplir con prestar calidad en el servicio; eje fundamental para la gerencia, el cumplimiento ineluctable del compromiso que debe asumir sus

miembros en mantener políticas claras para cumplir con las expectativas, satisfaciendo necesidades que traen sus clientes (turistas). Tomando en cuentas sus requerimientos, a través de procedimientos de evaluación, seguimiento y control con el fin de mejorar los aspectos con relación a satisfacer las necesidades exigidas por su principal benefactor, el huésped.

Para tal fin, es necesario proporcionar canales de comunicación asertiva con su talento humano perteneciente a su plantilla organizacional, emanando políticas empresariales para cumplir los objetivos y metas planteadas. Además los gerentes deben ser visionarios, formándose con la finalidad de estar actualizados, así poder cumplir con una gestión eficaz y eficiente coadyuvando a garantizar la permanencia en el tiempo de su negocio.

Desde mi percepción, agregaría dos aspectos fundamentales como complemento gerencial para una gestión asertiva la motivación-participación como factores fundamentales orientados al trabajo en equipo, la aportación en la toma de decisiones, la autonomía, consiguen incrementar la motivación de la personas. Contar con un personal satisfecho para conseguir clientes satisfechos. La política de recursos humanos para ofrecer salarios ajustados a los distintos niveles de responsabilidad, formación adecuada al puesto que se desempeña, promoción y reconocimiento de los logros conseguidos son elementos determinantes para el bienestar de los trabajadores.

Y por otra parte, debe existir una comunicación asertiva con canales de comunicación apropiados. La información debe fluir abiertamente de modo que todos los empleados conozcan cuales son los objetivos generales, sus tareas, sus responsabilidades, como se les valora o el grado de cumplimiento de sus funciones. La información, por tanto debe circular en todas las direcciones posibles: vertical descendente (de los superiores), vertical ascendente (de los subordinados a los superiores) y horizontal (entre departamentos o áreas funcionales).

Por supuesto aunado a implementar políticas claras para la satisfacción del cliente cubriendo sus expectativas, es certificar en el cumplimiento de ofrecer un servicio hacia la calidad total, garantizando eficiencia, siendo competitivos en el mercado y redundando en el beneficio del cliente, asegurando fidelidad en sus usuarios asiduos y potenciales, así mismo la permanencia en el tiempo de la empresa.

Los actores sociales consideran desde su perspectiva la Filosofía Organizacional como pilar fundamental de identificación de una empresa, esta debe ser prioridad, significativa especialmente para aquellas del área alojativa por cuanto se refiere a la prestación del servicio, por cuanto tienen la misión de satisfacer las necesidades a esos clientes (Turistas) quienes llegan con grandes expectativas cuyas características principal es ser muy exigentes, ellos le dan importancia a estar mejor que en sus casas; esto referido exclusivamente con la satisfacción sentida al momento de recibir el servicio, debe estar implícita cultura de calidad del servicio.

Ellos consideran, referente a filosofía organizacional en ella está inmersa la cultura, valores y ética todo relacionado con la prestación de calidad del servicio implementada e internalizada por todo el talento humano desde el ámbito gerencial hasta los niveles operativos, quienes tienen contacto directo con los huéspedes.

En este sentido, la administración de calidad del servicio, es una filosofía organizacional y de estrategia a largo plazo, que hace que las continuas mejoras en la calidad sean responsabilidad de todos los empleados. Además propone que la gerencia debe estar dirigida por un constante

logro de la satisfacción del cliente, mediante el mejoramiento continuo de todos los procesos de la organización. Esto incluye: diseñar la calidad en los productos y servicios.

Los hallazgos revelados por los actores sociales, destaca las debilidades con relación a implementar desde la gerencia hotelera/posadera Programas de Formación, Capacitación y Adiestramiento destinado al personal que labora en estas organizaciones, incluyendo al componente gerencial. Estos actores sociales desde su perspectiva destacan la prioridad, debe darse hacia planificar programas de formación a todo el talento humano correspondiente en cada una de sus áreas correspondientes.

Esta formación debe ser continua, implementarla sistemáticamente como parte del incentivo permitiendo la permanencia del personal que labora en estos establecimientos procurando evitar el factor alta rotación, y así contribuir a identificarse con la organización donde laboran. Los programas de formación coadyuvan al fortalecimiento cognoscente repercutiendo en mejoras sustantivas hacia la optimización continua en la prestación del servicio de calidad garantizando ocupación en plazas camas disponible en instalaciones alojativas.

Por otra parte, específicamente hacia el área alojativa Formación de Turismo (FORMATUR) (2001), dentro de este marco lo relaciona con la capacitación adecuada, continua de personas con posibilidades de ocupar posiciones de mando, o cualquier responsabilidad dentro del ámbito hacia la prestación del servicio turístico (cualquier área), esto debe garantizarse al talento humano del conglomerado red turística. Ampliar conocimientos para ejercer mejor sus funciones, siendo coherentes con la cultura del buen servir destacándose de otros por la prestación en calidad del servicio, ofreciendo valor agregado a esta actividad tan importante.

Con relación a lo antes expuesto, considero que toda empresa debe ejecutar planes sistemáticamente de formación, capacitación y adiestramiento destinado al talento humano para fortalecer sus dones, habilidades y destrezas, acorde al área de su competencia; esto redundará en beneficios para la organización, en este sentido puedo destacar: se alcanzan los objetivos con relación a ofrecer calidad del producto o servicio, esto aumenta la productividad, la perspectiva estratégica, mayor competitividad con sus pares, aumenta la versatilidad del empleado. Por otra parte satisface las necesidades del cliente, disminuyendo quejas y reclamos, mejoras la imagen de tu empresa, hotel o posada, estandarizas procesos, mejoras la adaptabilidad del cambio haciendo una gestión eficiente y evitas la rotación continua del personal.

Considerando, la cosmovisión de los actores sociales con respecto a sus opiniones, estas se sustentan sobre el accionar de la Gestión de Calidad del Servicio Turístico dentro del marco relacionado con la hospitalidad hotelera y en posadas con aspectos fundamentales circunscripto a implementación de políticas organizacionales hacia el cumplimiento en acciones en la atención adecuada del cliente y/o turista con la finalidad a prestar calidad en los servicios para satisfacer necesidades cubriendo expectativas que generen excelencia en los servicios prestados por estos establecimientos.

De acuerdo a sus observaciones, los empleados deben estar identificados con la institución y comprometidos a prestar un servicio de calidad, se tiene que gestionar las sugerencias, reglamos y opiniones dadas por los huéspedes para generar estrategias para el mejoramiento continuo en este aspecto, trabajando en equipo.

Para finalizar debo agregar y puntualizar, la gestión de calidad relacionado directamente con el aspecto alojamiento es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes los cuales

sienten un conjunto de sensaciones, expectativas y experiencias personales; que requiere coordinar a múltiples personas que están implicadas directas o indirectamente a prestar un servicio a un cliente que cada vez exige más y sobre todo cuando pernocta.

Con relación a este aspecto, los actores sociales indicaron sobre Valor Agregado; no es otra cosa que personalizar la atención al momento de prestar el servicio al huésped, entendiendo la importancia de cumplir con las promesas ofrecidas. La gerencia, como el personal de contacto debe estar atentos a satisfacer necesidades emergidas del cliente, conocer sus gustos y sus preferencias, cuando se dirige a él es adecuado lo haga por su nombre. De igual manera canalizar a tiempo sus peticiones, mantener en óptimas condiciones la infraestructura, diversidad en servicios en todo caso adecuarse a los requerimientos, esto denota la búsqueda en excelencia hacia la prestación del servicio; los actores sociales destacan debilidad en estos aspectos.

En este sentido, los actores sociales hacen énfasis referente a marcar la diferencia frente a la competencia y para lograr ello es imprescindible agregar valor al servicio, esto está directamente relacionado con el trato afable, amable, simpático con educación por parte del personal perteneciente al hotel o posada. Ellos deben estar identificados con la empresa, así como con sus responsabilidades; en definitiva ir más allá de lo esperado por quienes tienen que ser los consentidos “nosotros, sus huéspedes, su razón de existir”. Una de las características más resaltantes del valor agregado es recibir algo adicional a lo sufragado.

Puedo referirme al valor agregado, como la herramienta estratégica asumida e internalizada por los gerentes y demás miembros, siendo el factor diferencial frente a tus competidores, está determinada por procesos adicionales a los estándares establecidos agregando aún mayor valor al servicio prestado, garantizando la fidelidad clientelar por cuanto excedes las expectativas del cliente.

La Vocación de Servicio los actores sociales la relacionan con el desinterés por comprometerse a cumplir con los estándares establecido para ofrecer calidad del servicio, en este ámbito le prestan poco atención a los requerimientos exigidos por los clientes. No se denota la disposición hacia un trato afable, amable, respetuoso, empático no existe dentro de su cultura la vocación del buen servir. En este sentido la vocación de servicio, según el turista tiene que ver con la identificación que los empleados sienten con su empresa, trabajo, la filosofía y con ética, es necesario tener el don del servir cultivarlo como habilidad y canalizarlo como competencia.

Desde mi percepción, es la tendencia de una persona hacia un oficio o actividad el cual es un don cultivado, a través del tiempo como una habilidad, la cual siempre está en la disposición en ser útil en lo que corresponda, presto siempre en servir bien. Esto es base fundamental del personal relacionado prestar servicios, porque ello adiciona valor agregado identificándose con la cultura de una empresa relacionada con la hospitalidad en el área alojativa como los hoteles y posadas.

De acuerdo a esta subcategoría, referida a la Calidad Relación Precio en relatos realizados por algunos entrevistados hicieron mucho énfasis al momento de expresarlo por la importancia y significativo para ellos. Los mismos relacionan esta subcategoría con la congruencia que debe existir entre la calidad del servicio ofrecido por los prestadores de servicio alojativos y el precio sufragado por estos, esa ecuación, según sus criterios no se cumplen. La exigencia del cliente está proporcionalmente relacionada con los costos ocasionados por la estadía del huésped.

En esto es muy enfática Morillo (2014), cuando destaca la importancia de la gerencia en gestionar

y proporcionar al cliente calidad de servicio ofrecido relacionado directamente con el precio, en función de satisfacer las expectativas del cliente al momento de utilizar como alternativa algún prestador de servicio hotelero en particular. En mi opinión la calidad de servicio, permitiendo llenar de satisfacciones los equipajes de necesidades con los que llegan los turistas a los establecimientos turísticos y en relación precio-servicio esperan le sean cumplidas.

Las Expectativas de los Clientes tienen que ver con las ofertas ofrecidas por los prestadores de servicio turístico y en las que uno espera encontrar, según opiniones de los actores sociales, es decir, disfrutar de las bondades y servicio por los cuales se elige o no un establecimiento. Así mismo el turista que se hospeda en cualquiera de los negocios llamase hotel o posadas espera encontrar las mínimas condiciones de atención y prestación de un servicio con calidad. Al momento de ver satisfechas las necesidades se cumplen con las expectativas ajustadas a los requerimientos exigidos.

Desde mi punto de vista son las experiencias que el cliente espera encontrarse, de acuerdo a lo esperado por vivir o encontrarse con los servicios ofrecidos y se concatenan con la visión cósmica del cliente sobre las ofertas promocionadas por los prestadores de servicio y las necesidades verdaderamente cubiertas al utilizar el hotel o posada cuando pernocta en él. Todo esto incluye desde el servicio prestado por los empleados desde el punto de vista intangible, así como la versatilidad de los beneficios hasta la optimización de la infraestructura.

En este aparte, los actores sociales consideran con respecto a la subcategoría Percepción del Cliente, lo siguiente es la valoración que se hace al momento de recibir el servicio, justo en ese instante ya sacas tus propias conclusiones al respecto. La percepción del cliente de calidad del servicio es distinta en cada experiencia vivida, en este caso desde su percepción no cumplen con los requerimientos necesarios para bien estar, existen muchas debilidades que inciden en volver a utilizar el alojamiento del mismo hotel o posada. En este caso los prestadores de servicio deben hacer grandes esfuerzos para llegar a ofrecer calidad en sus servicios, porque inmediatamente nosotros los clientes, de acuerdo a sus propias palabras, la percibimos positiva o negativamente.

Lo expuesto anteriormente, es coincidente con expresiones dadas por Llóren (1995), “los clientes tienen expectativas respecto a los servicios que reciben, es la evaluación que contrastan lo que reciben y lo que esperaban; considerando esto toman decisiones con esa calidad en los servicios cada vez que tienen que pagar por ellos”. (p. 1). Conuerdo, señalando son las opiniones personales que me hago una vez de haber recibido el servicio, así como la valoración con relación si hubo o no calidad del servicio, esta percepción es personalísima, no es transferible a otra persona. Teniendo implícito la satisfacción a mis necesidades.

Esto desde su experiencia (actores sociales), coloca en duda la fidelidad de los huéspedes con los establecimientos en la ciudad de San Carlos por lo tanto es imprescindible fortalecer los aspectos antes mencionados para lograr la fidelización la cual redundará en la permanencia del negocio. Una de las formas de lograrlo es prestando especial atención a las sugerencias, reclamos y requerimientos realizadas desde la percepción del cliente (turista), garantizando una relación estrecha, confiable, duradera entre ambas partes. Coincidente con lo expresado por Rodríguez (2007), La Fidelización “es una estrategia del marketing la cual permite que las empresas consigan clientes fieles a sus marcas, las ganas de adquirirlo no es lo mismo que retener al cliente, debe tener la voluntad de adquirirlo considerando la calidad del producto o servicio...” (p. 21).

Por lo anteriormente escrito puedo resaltar, la fidelización del cliente es ciertamente un concepto de marketing que se designa a la lealtad de un cliente hacia una marca, producto o servicio relacionada a satisfacciones cubiertas a los clientes, además los requerimientos atendidos cumpliendo con lo ofrecido por el prestador de servicio.

Fase II: Categorización Surgidas desde la Codificación Axial

Una vez enfocadas y localizadas las subcategorías surgidas desde la versión de los actores sociales mediante codificación abierta, hice una segunda lectura a las entrevistas realizadas profundizando en los elementos integradores de la información de acuerdo a palabras significativas emergidas en cada código y fragmentos surgidos en cada una de las entrevistas, permitiendo integrar juicios generados en las fracciones transcritas seleccionadas en los diálogos emergidos.

De acuerdo a esto, se conformaron las categorías surgidas como extensión de las subcategorías, considerando similitudes y significaciones relacionada sistémicamente con relación a realidades contextuales, del entorno. Inmediatamente después, procedí identificar cada categoría procediendo asignarles códigos relacionando el mismo con la codificación asignadas con las subcategorías previamente establecidas. Todo sustentado lo descrito en la teoría fundamentada de Glaser & Strauss (op.cit.), vinculado a la interpretación hermenéutica y la comprensión intersubjetiva durante la codificación abierta, seguidamente se describe como determiné las categorías conductoras del proceso investigativo. En este sentido, como investigador presente a continuación en un cuadro de, manera resumida las categorías emergidas desde la hermeneusis realizada y fueron la génesis del alumbramiento de cada una de esas categorías surgidas y relevantes desde mi percepción subjetiva.

Categoría Axial y Cromatización

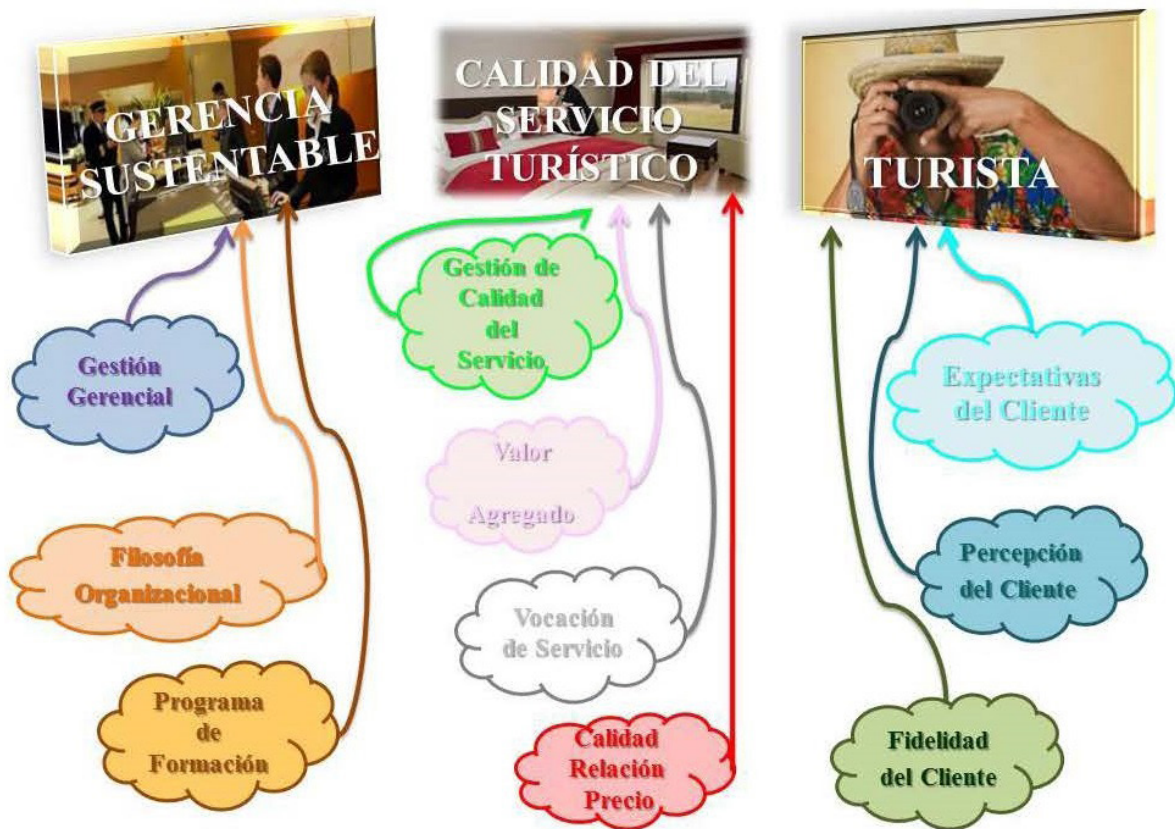
Subcategoría	Código	Color	Categoría	Código
Gestión Gerencial Filosofía Organizacional Programa de Formación	GG FO PF	Purpura Anaranjado Marrón	Gerencia Sustentable	GS
Gestión de Calidad del Servicio	GCS	Verde Lima	Calidad del Servicio Turístico	CST
Valor Agregado	VA	Rosado		
Vocación de Servicio	VS	Cris		
Calidad Relación Precio	CRP	Rojo	Turista	T
Expectativas del Cliente	EC	Azul Cielo		
Percepción del Cliente	PC	Agua Marina		
Fidelidad del Cliente	FC	Verde Oscuro		

Fuente: Elaboración propia

Fase III. Codificación Selectiva como sendero hacia la Gerencia Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista en la Red Hotelera y Posadas de la ciudad de San Carlos del estado Cojedes

El sendero hacia la Gerencia Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del turista en la Red Hotelera y Posadas de la ciudad de San Carlos del estado Cojedes se presenta como una alternativa para desarrollar acciones gerenciales sistemáticas con la finalidad de fortalecer su atención al turista maximizando la calidad del servicio tomando en cuenta las sugerencias, reclamos en función de mejorarlo desde su perspectiva, de este modo los turistas se convierten en protagonistas como sujetos sociales e intervinientes del proceso.

Para culminar el recorrido de este sendero, exhibo en la subsiguiente gráfica el entramado general de las categorías y subcategorías germinadas de la interpretación de las posturas intersubjetivas de los protagonistas principalísimo de esta investigación llamado actor social.



Entramado de Subcategorías y Categorías del Constructo Teórico.

QUINTO SENDERO CONSTRUCTO COMO RESULTADO DEL RECORRIDO DE MI SENDERO CREATIVO

*“La creatividad intelectual viene dada por una realidad empírica desde acciones individuales hacia la expresión de lo colectivo, a través del tiempo y el espacio”.
Randall Collins.*

En el recorrido final del sendero investigativo presento mi alumbramiento teórico en el cual expongo la visión gerencial sustentable generando un constructo en prestación de calidad del servicio enfocadas desde las perspectivas del turista asegurando su permanencia, orientando acciones gerenciales actualizadas en el área alojativa. Todo ello surgido desde la creatividad, de acuerdo a los hallazgos obtenidos en ese proceso investigativo que yo como investigador pretendo teorizar, con relación a esto señala Martínez (2005), “(...) los hallazgos e invenciones que pueden aflorar en la medida que nosotros estemos abiertos y seamos receptivos para facilitar su manifestación o aparición” (p. 264).

De acuerdo a esto, asumo que debemos deslastrarnos de ideas preconcebidas renunciando por lo menos temporalmente a esos paradigmas enmarcados en únicas maneras lógicas racionalizadas desde una visión preestablecida, asumiendo desde la cosmovisión las posibles alternativas presentadas en el recorrido investigativo. El investigador debe tener visión amplia para comprender e interpretar desde las informaciones suministradas por los actores sociales, así poder encontrar elementos resaltantes para el análisis fenomenológico y hermenéutico para la propuesta del constructo.

En este sentido, he abordado bajo ese argumento la gerencia sustentable de la calidad del servicio alojativo constituida como premisa ejecutar acciones gerenciales desde la opiniones, sugerencias y perspectivas del turista para su fortalecimiento y asegurar la longevidad del sector hotelero/posadero en la región. Para ello en lo sucesivo expongo el entramado siguiente: Presentación, Misión del Constructo, Visión del Constructo, Beneficios del Constructo, Sendero Ontológico, Sendero Epistémico, Sendero Metodológico, Sendero Axiológico, Sendero Praxiológico y Sendero Biopsicosocial.

Presentación

Dentro del contexto mundial, la realidad existente actualmente en el área turística requiere acciones contundentes que se concatenan y que están estrechamente ligadas a la necesidad de los prestadores de servicio turístico, acorde a las debilidades ciertas, en ejecutar acciones gerenciales como eje primordial sustentable para propiciar desde las perspectivas, opiniones y sugerencias de los turistas estrategias en mejorar calidad del servicio.

Desde esta óptica, las organizaciones relacionadas con la actividad turística, específicamente, aquellas dedicadas al alojamiento como los hoteles y posadas no escapan a estos cambios, enfrentándose a realidades complejas por cuanto la competencia, entre otras cosas se relaciona con calidad del servicio que sea ofrecida a sus clientes repercutiendo en la satisfacción percibida por el turista con

relación a sus expectativas creadas al momento de pernotar, por ello es importante desde estas organizaciones tomar en cuenta sus opiniones como elementos fundamentales para implementar políticas relacionadas con este aspecto; induciendo a mantener una gerencia sustentable.

Es importante entonces, implementar mecanismos expeditos para saber en viva voz de turistas su percepción con relación a calidad ofrecida del prestador y servicio esperado por ellos, todo esto con el fin de implementar acciones gerenciales en función del mejoramiento continuo al respecto.

Esto se hace extensivo a Latinoamérica, donde se ha desarrollado esta actividad como fuente principal económica, aunque son pocos los países con visión progresista en rentabilidad turística. Sin embargo, dentro del ámbito hacia el incremento de la actividad existente en el área del turismo hay un elemento fundamental para lograr éxitos en los negocios referidos a esta industria; este es relacionado al esfuerzo destinado a ofrecer calidad en el servicio, cubriendo las necesidades, además de sus sueños; que dentro los equipajes traen los turistas, esperando le sean satisfechos.

Con respecto a esto la gerencia debe estar convencida de mejorar sus estrategias con el propósito a implementar los estándares hacia calidad; además, tomar en cuenta las opiniones emitidas por ellos como ente principal, siendo el cliente externo quien vive la experiencia de pernotar en sus establecimientos alojativos.

Venezuela no escapa a esta realidad, las empresa dedicadas al alojamiento deben poner especial atención a los sucesos circundante que se genera en su contexto con relación a la importancia de prestar mayor atención a los requerimientos exigidos por los turistas desde sus perspectivas, para ello los gerentes podrán ofrecer senderos adecuados para atender los sentidos y significados asignados por sus huéspedes en función de mejorar la calidad del servicio prestado.

Esto le permitirá afianzar los esfuerzos hacia excelencia en calidad internalizando la significación que tiene para el beneficio empresarial marcando diferencial competitivo en el área correspondiente al hospedaje. Fortaleciendo algunas debilidades existentes sustentadas en indagaciones realizadas y tomadas por mi como precedentes contentivos en este corpus investigativo. La toma de decisiones gerenciales, en este sentido permitirá adecuar planes sustentables dirigidos a prestar mayor calidad del servicio acorde a necesidades sentidas y expresadas por los turistas que pernotan en los establecimientos del área.

Efectivamente, es lo que sucede en la ciudad de San Carlos estado Cojedes como se evidenció, a través de los hallazgos emergidos desde la voz de los actores sociales durante el trabajo investigativo realizado. En este sentido los gerentes de los hoteles y/o posadas, de acuerdo a lo esgrimido por ellos en la entrevista, tienen una visión poco profunda del deber ser resistiéndose al cambio.

Por ello esta aproximación teórica, emerge de la necesidad de ofrecer novedosos indicios, evocaciones, diferentes perspectivas, nuevos paradigmas, una visión distintiva en la práctica gerencial sustentable de la calidad del servicio; desde esta génesis el ferviente anhelo de proveer herramientas novísimas para fortalecer acciones sistemáticas de los gerentes relacionados con transversalidad turística apoyadas desde una visión holística, cósmica, sinérgica tomando en cuenta el valor agregado de la calidad del servicio no solo desde lo tangible, sino desde la intangibilidad sentida por los turistas.

En atención a ello, procuro vislumbrar ante el lector una manera representativa de mostrar la

realidad a través de acciones, elementos, estrategias que coadyuven y renueven novedosas formas para dirigir las organizaciones alojativas. Todo esto sustentado en indicadores estudiados que emergieron de análisis procedimentales permitiéndome crear categorías, internalizadas por mí en las interpretaciones previas para llegar a los descubrimientos relacionales entre ellas, dando confiabilidad a la información obtenida.

Durante el desarrollo investigativo se apreciaron diversas visiones relacionadas con la gestión gerencial sustentable de calidad del servicio en hoteles y posadas ubicadas en el municipio San Carlos del estado Cojedes, las cuales germinaron de la subjetividad e interpretación desde cada actor social. Esto hace alusión a la existencia de múltiples realidades que se desbordan desde la intersubjetividad entrelazada entre los referidos actores. Considero que este suceso pudiera aportar insumos para la aproximación teórica la cual denominé Constructo Teórico Gerencial Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista como referencia no solo en el contexto local, sino nacional e internacionalmente.

Definitivamente este aporte teórico, lo he realizado producto de inquietudes formuladas con la finalidad de hacer aportes significativos para cambios paradigmáticos gerenciales en el fortalecimiento de la calidad del servicio hotelero y posaderos desde una visión distinta cubriendo las necesidades, expectativas y anhelos esgrimidos por los turistas; de acuerdo al abordaje de las categorías y subcategorías emergidas durante la investigación.

Misión del Constructo

La misión del Constructo Gerencial Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista, está dirigida hacia el fortalecimiento de los procesos administrativos gerenciales para la implementación de políticas direccionadas a prestar un servicio de calidad tomando en cuenta las opiniones, sugerencias y perspectivas emanadas de los huéspedes. Coadyuvando a una mayor comprensión de las particularidades emergentes en el contexto contemplado, estableciendo una simbiosis entre el prestador de servicio y el cliente. Emergiendo un nuevo paradigma gerencial para ser eficaz, eficiente, actualizando el arte del buen servir, generando un ambiente de convivencia enmarcada en valores, ética sustentada por la cultura de calidad en el servicio coadyuvando al fortalecimiento del turismo atendiendo a satisfacer las necesidades del turista.

Visión de Constructo

Con el constructo antes mencionado, se pretende llegar obtener las herramientas gerenciales sustentables para garantizar la calidad del servicio desde las necesidades expresadas por los turistas, pretendiendo una ecuación perfecta en quienes prestan el servicio y el cliente dentro del contexto alojativo. En aras del robustecer a estas empresas en su permanencia y longevidad, siendo competitivos e innovadores en el mercado turístico.

Beneficios del Constructo

La actividad turística es un eje transversal, en la cual los servicios forman parte, dentro ese espectro nos encontramos el área de alojamiento formando parte los hoteles y posadas en este andamiaje

cobra importancia, prestar calidad al momento de ofrecer los servicios como distintivo sobresaliente que los turistas toman en cuenta al instante de elegir acorde a ofertas en el mercado.

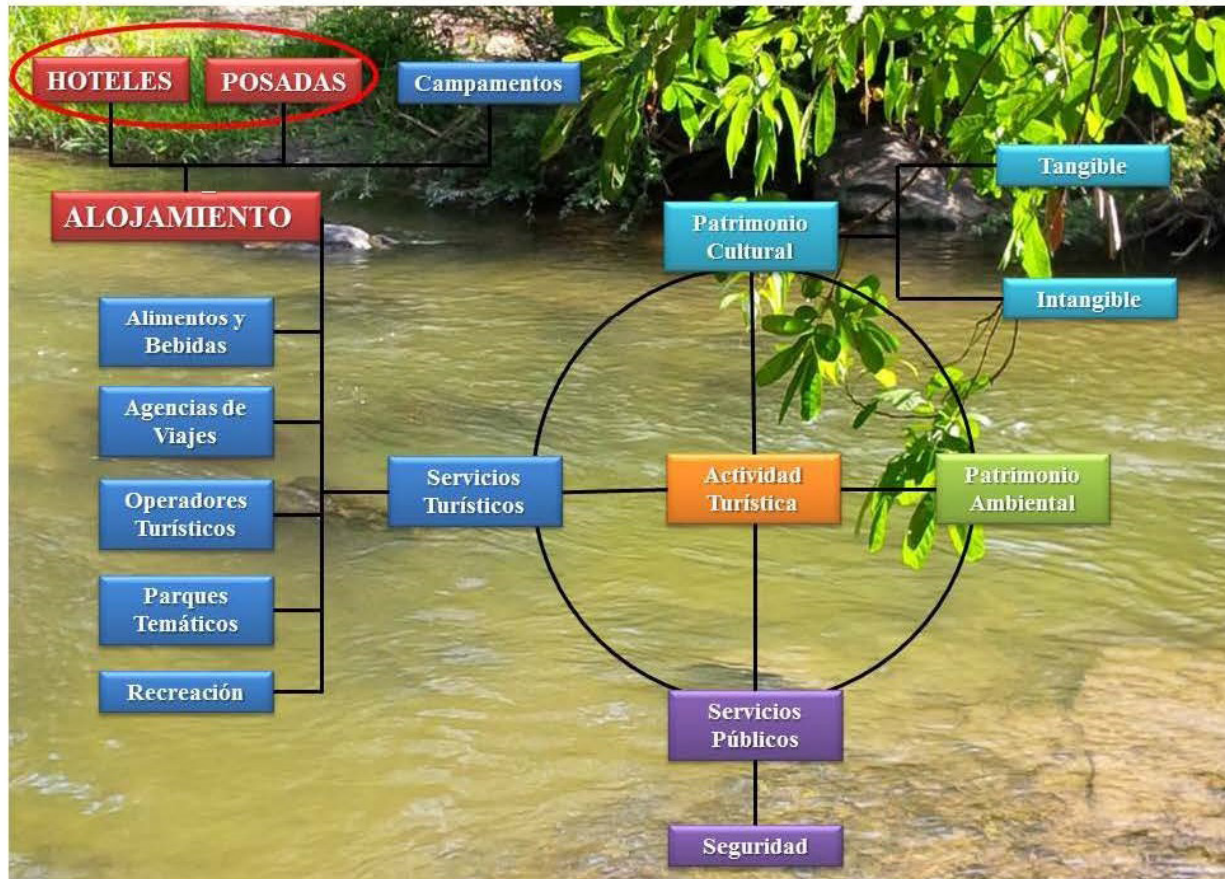
La importancia que esto reviste, requiere comprenderlo holísticamente y de manera sistémica, orgánica, entendiendo la calidad del servicio como parte del eje transversal en la actividad turística que debe ser percibido por los gerentes en el área, por ello la importancia, vigencia y pertinencia del tema investigativo. Este trabajo reviste significación por cuanto los insumos generados vienen dados por los protagonistas llamados actores sociales (Turistas), para mejorar las acciones al respecto siendo más eficientes contribuyendo hacer sustentables.

Por lo anteriormente descrito, considero beneficioso, el aporte realizado en mi constructo para el fortalecimiento gerencial sustentable en hoteles y posadas con relación a brindar calidad de servicio, acorde a la interpretación, sentidos y significados asignados por los actores sociales al respecto.

Lo develado, desde la voz de los turistas en las entrevistas realizadas a profundidad por mí, con respecto a la percepción esgrimida por ellos sobre la gerencia sustentable de la calidad del servicio, servirá de insumos a los gerentes para diseñar planes en función del mejoramiento relacionados a estándares establecidos por quienes son su principal benefactor llamado turista, quienes comprenden los sentidos y significados que ellos como informantes aportan en este trabajo de investigación a los gerentes del área.

Considerando, la versatilidad de los turistas hace que la gerencia preste mayor atención a las opiniones expresadas por estos quienes son los evaluadores de la calidad prestada por los prestadores del servicio, por esta razón cobra importancia esta investigación como aporte, visualizando cuales son esos factores que consideran los actores sociales deben influir y ser tomados en cuenta para una gerencia sustentable dedica a la calidad del servicio.

Lo antes descrito, permitirá en conclusión la orientación de los gerentes hoteleros y posaderos fortaleciendo políticas enmarcadas en valores, ética, cultura del buen servir diseñadas desde la perspectiva del turista supliendo y satisfaciendo las necesidades, siendo eficaces, eficientes al momento de brindar calidad del servicio. A continuación presento en la gráfica. La estructura referida al eje transversal turístico y el aspecto alojamiento como elemento integrador del mismo.



Estructura del Eje Transversal Turístico. El alojamiento como Elemento Integrador.

Umbral Ontológico

El umbral ontológico del Constructo Teórico Gerencial Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista es la referencia esgrimida por los actores sociales edificada sobre columnas estructuradas desde sus realidades contextuales sucedidas en el entorno. De allí, se desprende dos contextos aun cuando distintos estrechamente ligados por ese eje transversal llamado Calidad del Servicio: en primer plano nos encontramos con el contexto Turista, el mismo está representado por quienes se trasladan desde su lugar de origen a otro lugar geográfico distinto permaneciendo mayor a veinticuatro horas, utilizando cualquier servicio prestado por la actividad turística, este caso específico hospedaje pernotando en un hotel o posada. Con el propósito de satisfacer sus necesidades.

Los turistas como sujetos protagónicos, sugerentes de los aportes significativos que desde su perspectiva intersubjetiva en su rol actores sociales del entramado llamado calidad del servicio, consideran deben tomarse en cuenta por la gerencia para el fortalecimiento de las políticas hacia acciones preponderante, brindando un excelente servicio.

Del otro extremo, se encuentra el contexto de los prestadores de servicios relacionados con alojamientos constituidos por hoteles, posadas conformados por gerentes y personal de contacto, así como el aspecto legal, normativo que determina el marco para funcionamiento, sustentado en calidad del servicio para cumplir con la satisfacción del cliente llamado turista, este elemento los relaciona emergiendo un vínculo ineluctable entre ambos.

Con relación a lo anteriormente expresado, la integración de ambos contextos genera una simbiosis asociada a construcción de aportes e ideas entre los turistas como actores sociales y los gerentes estrechamente ligados por la condición humana desde realidades cósmicas, multifactoriales, pero unidas por elementos comunes y develados hacia el mejoramiento continuo usando herramientas fortalecedoras hacia calidad del servicio; esto se devela en este constructo del resultado contextual que emergió desde los hallazgos encontrados develados durante el proceso investigativo.

Los gerentes y los turistas desde su esencia como seres inteligentes cognoscentes, se desenvuelven se interrelacionan socialmente de manera participativa. De estas emerge constantemente la construcción hacia nuevas realidades ejecutadas por acciones de forma conscientes, insistentes, incesantes y colectivas. En este sentido los gerentes del área alojativa deben enfocar sus acciones hacia la implementación de planes permitiendo atender las sugerencias, opiniones y reclamos realizados por los turistas, quienes son la razón de su existir, procurando cumplir con la calidad del servicio desde sus perspectivas satisfaciendo las necesidades que permita redundar en su permanencia, siendo distintivos en su servicio prestado como hotel o posada y desde esa premisa ser una gerencia sustentable trascendiendo en el tiempo.

En la gráfica 9, que presento a continuación se puede visualizar el contexto ontológico sugerido desde la visión de los actores sociales para el fortalecimiento de una gerencia sustentable de calidad del servicio turístico desde la perspectiva del turista, esto viene dado una vez encontrado los hallazgos emergidos en el trabajo de investigación. La fiabilidad del mismo me permite sugerir a los gerentes poner en práctica los resultados de este constructo para que a través de las opiniones dadas por sus clientes desarrollen estrategias gerenciales sustentables de la calidad del servicio turístico



Estructura del Umbral Ontológico.

Ahora bien, retomando el concepto de calidad como herramienta moderna debiendo ser tomadas en cuenta por los gerentes de las empresas como un ente orgánico comprometidos con el mejoramiento continuo del servicio al turista. Este concepto en las empresas dedicadas al alojamiento (Hotel/Posada), deben responder a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad, bienestar, seguridad, por otra parte redundante en el mejoramiento de la imagen empresarial adecuando su afianzamiento en el mercado, éste cada día más competitivo.

Desde la realidad circundante contextual, las empresas del ramo hotelero y posadero deberían responder en primera instancia al cambio, como base de partida para la aplicación de acciones sustentables aplicando políticas enmarcadas en gestión gerencial sostenidas en eficacia, eficiencia, trabajo en equipo. Este cambio se da en forma de cascada partiendo desde la gerencia como responsable esenciales de las mismas, impulsándolas aguas abajo, área administrativa hasta el personal de contacto u operativo.

Según lo destacado por los actores sociales, la calidad no es un lujo, sino más bien una satisfacción

de requerimientos lo cual implica el compromiso de quienes integran la cadena del servicio, sin importar el nivel o procedencia del turista ese servicio debe brindarse atendiendo a sus necesidades, dando valor agregado sin que ello implique el incremento de los precios por esa atención personalizada y distintiva con cada uno de ellos. La prestación de un mal servicio, está ligada a la prevención de efectos negativos, los cuales traen como consecuencia resultados multiplicadores pocos positivos que va en contra de la rentabilidad empresarial.

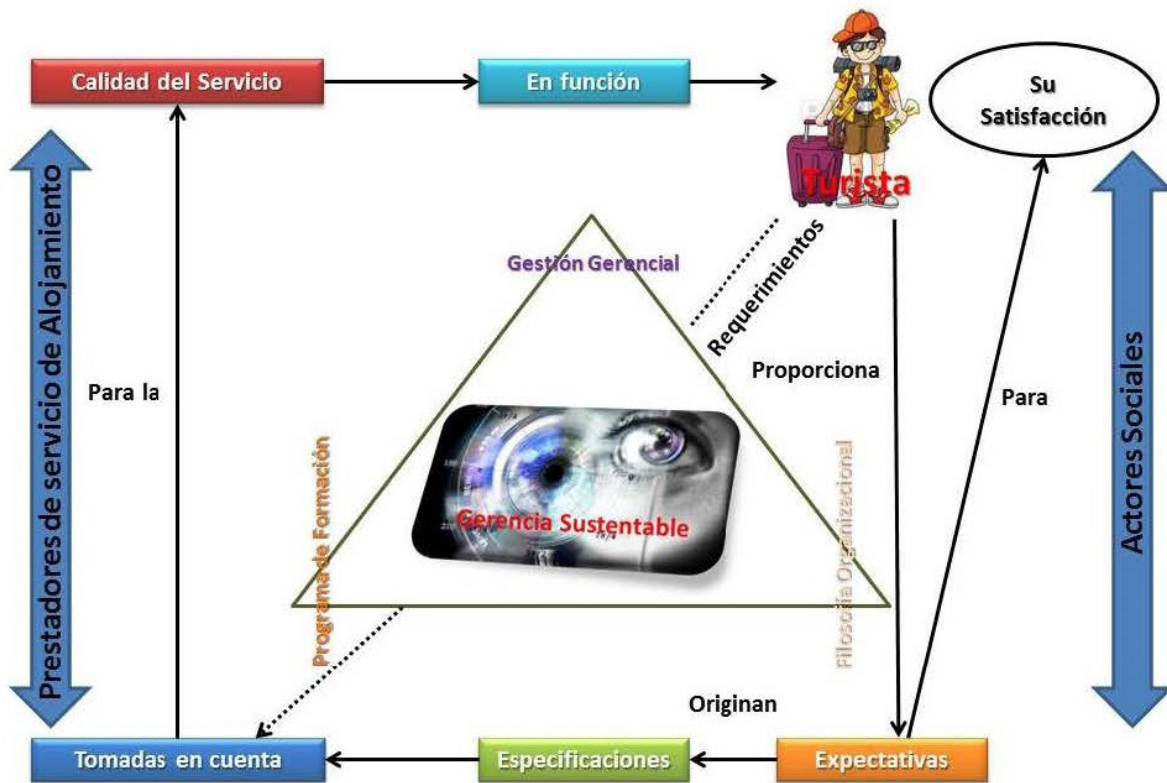
Otro aspecto a considerar es, la cultura organizacional que debe considerarse en toda empresa como parte de la filosofía, traduciéndose en estructuración gerencial los hoteles y posadas de acuerdo a las necesidades del turista, mediante formación, capacitación y adiestramiento a todos los niveles en términos de calidad, implantando procedimientos modernos de sistemas de calidad como lo sugerido en este constructo generando mecanismos para que sean atendidas las sugerencias y opiniones de quienes utilizan el servicio, el turista logrando, a través del justo a tiempo implementar los correctivos necesarios midiendo intangiblemente los sentidos y significaciones asignados por los actores sociales siguiendo los mecanismos necesarios del control de calidad.

La calidad, como concepto, resulta similar para las empresas productivas y de servicio en función de la actividad que cada una desempeña. El servicio turístico, por ser intangible, se presta a una evaluación, la cual se hace compleja, ya que cada turista tiene una percepción distinta, por lo tanto los gerentes en el área deben estar atentos a determinar esos segmentos turísticos, sus características y requerimientos.

Otro aspecto no menos importante, es el hecho que la calidad en el servicio incrementa la productividad, utilidad y rentabilidad de las empresas turísticas. Esto significa que no deben buscarse grandes ganancias a corto plazo, sino por lo contrario, el afianzamiento organizacional en el mercado competitivo y la supervivencia de la misma por medio de calidad a largo plazo atendiendo en función a perspectivas del turista.

En este inciso, puedo concluir que de acuerdo con lo anteriormente descrito el reto al cambio en los hoteles y posadas del municipio San Carlos del estado Cojedes tiene que ver con su innovación en cuanto a sistemas y procedimientos, adecuados a una filosofía organizacional con base a calidad del servicio aplicada por la gerencia para su sustentabilidad.

Entendiendo, que el turismo es una actividad terciaria, perteneciendo exclusivamente al sector servicios constituyendo hoy por hoy una de los sectores con mayor poder productivo y económico, no solo en el estado, sino nacional y mundialmente; es decir la aplicación de acciones hacia la calidad del servicio debe ser entendida por los empresarios y gerentes turísticos como un reto, estructurando su sistema de calidad basada en la concientización, el conocimiento, sus alcances, tomando en cuenta las necesidades del contexto ontológico expresado en este corpus. Entonces, la calidad en el servicio como estrategia empresarial competitiva significa un cambio conceptual, radical, sustancial de la alta gerencia valorando los resultados de los servicios prestados en función de requerimientos del consumidor y en la prestación del servicio de los competidores.



Entramado hacia la calidad del servicio en función de los requerimientos del turista.

Estimo que la gerencia sustentable sobre calidad, va enfocada desde los requerimientos diseñados basadas en las expectativas esperadas por el turista, del servicio de alojamiento durante su pernocta, las cuales deben ser traducidas en planes estratégicos diseñados, a través de la producción del servicio hacia la excelencia. Estas expectativas se dividen según Ramírez (ob. cit.), en:

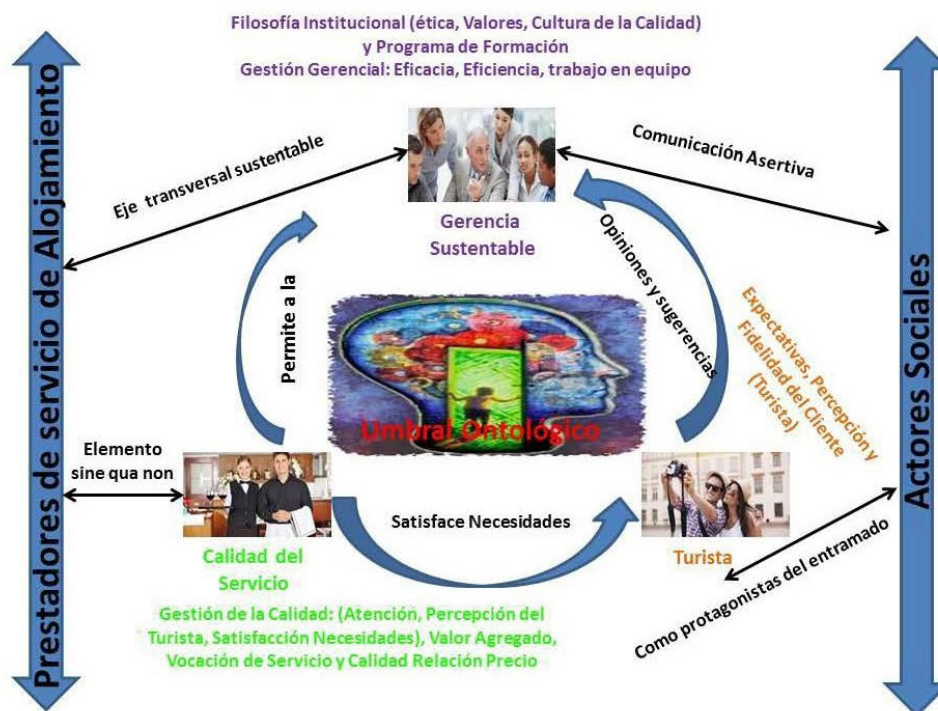
- a. Expectativas básicas o esenciales: es la que el turista requiere en término global del producto turístico.
- b. Expectativas secundarias, terciarias, etc.; son las que se dan para lograr la primaria, como son requerimientos del diseño, calidad, higiene y presentación del menú. (p. 60)

Esto desde mi enfoque, fomentaría la comunicación entre los diversos departamentos a consecuencia de la interacción de los factores causales, se pueden identificar las causas de los reclamos hechos por turistas, además propicia le gestación de un programa de calidad del servicio estabilizando el nivel organizativo desde la gerencia mejorando la calidad permitiendo compararla con sus competidores.

Cuando me refiero a la calidad del servicio turístico, la gestión está marcada por la atención adecuada al turista, a través la prestación del servicio con excelencia satisfaciendo las necesidades del cliente, entregándoles valor agregado en esa prestación del servicio, para ello el personal debe

estar identificados con la empresa; con dones, habilidades de vocación del servicio asumiendo sus competencias; y la relación calidad precio tienen que estar equiparado.

Y por último, cuando hago alusión al turista como el más importante dentro del entramado calidad de servicio relacionado con alojamiento, además uno de los clientes más exigentes y más difícil de complacer en sus necesidades; el prestador de servicio es responsable en cumplir con las expectativas generadas por lo ofrecido, porque el turista espera que le van a resolver lo mejor posibles sus expectativas. La satisfacción plena del turista determinará la fidelidad o no, siendo leal al hotel o posada reiterando su pernocta en el mismo lugar. Y esta realidad se evidenció durante el proceso investigativo. A continuación en la gráfica se representa el umbral ontológico del constructo teórico gerencial sustentable de calidad del servicio desde la perspectiva del turista.



Umbral Ontológico del Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista.

Umbral Epistemológico

El turismo como actividad de servicio es diferente a la relacionada con producción, dentro del eje transversal constituye la esencia del fenómeno turístico y la calidad en la prestación de servicio que el cliente espera recibir además del servicio básico consumible, esto es prestación y consumo simultáneo. Los factores vinculados con la construcción epistémica esta generada por una gerencia sustentable de calidad del servicio convergiendo con los sentidos y significados asignados por los turistas de acuerdo a sus perspectivas, expectativas, necesidades para la construcción de nuevas realidades hacia un cambio paradigmático. Estas acciones conjuntas permitirán avanzar en la consecución de

acciones gerenciales implementando gestiones para calidad del servicio, satisfaciendo necesidades reales del huésped encontrando un equilibrio basado en ganar-ganar.

Al referirme a la prestación del servicio turístico en hotelería y posadas el elemento neurálgico que determina los niveles de excelencia y calidad es el turista de acuerdo a su perfil y características, él impone a priori el nivel calidad del servicio esto obliga a la gerencia empresarial responder a sus demandas. Para quienes utilizan las instalaciones, también representa un valor que está dispuesto a pagar y el mantenimiento del estándar sobre calidad requerido debe ser permanente.

La génesis del conocimiento obtenido, se produce desde la intersubjetividad expresada, en las distintas consideraciones de los actores sociales participantes en esta investigación, como fuentes referenciales relevantes para la construcción teórica gerencial sustentable de calidad del servicio. La actitud requerida se sustenta en asumirla sin prejuicios, desde la cosmovisión obtener nuevos conocimientos emergidos de la dialogicidad entre el investigador y los actores sociales. Del surgimiento dialógico desde el contexto abordado, vislumbro la necesidad por parte de la gerencia poner en práctica acciones transformadoras planificadas, garantizando el equilibrio entre las expectativas y la calidad del servicio ofertado, obedeciendo esta última a una realidad sentida por sus protagonistas; no simplemente una promoción engañosa y estándares establecidos desde una visión gerencial inadecuada.

Haciendo énfasis, los gerentes de hoteles y posadas, deben adoptar políticas enmarcadas en bases ciertas respecto a los deseos, perspectivas, anhelos, sueños, expectativas, necesidades expresadas por los turistas; todo ello con la finalidad del logro de una gerencia sustentable de calidad del servicio abovedada por la eficacia, eficiencia, identificada con su filosofía organizacional, garantizado por un trabajo en equipo, talento humano actualizado sistemáticamente, a través de programas de formación, sustentada por una gestión enfocada en prestar un servicio excelente, de calidad.

En tal sentido, la calidad del servicio turístico ocurre desde el primer contacto con el turista y desde allí él se hace una concepción del mismo, luego fortalece su apreciación con la calidad de la recepción, inmediatamente después con la permanente comodidad brindada y al final lo complementa con la calidad del ambiente habitacional, reposo, recreación, empatía, simpatía, valor agregado identificación y vocación de servicio del personal de contacto, gerencial y administrativo durante sus estadía en ese establecimiento.

La gerencia debe considerar, que la imagen de calidad es requisito indispensable para el mantenimiento, permanencia y longevidad en el mercado, permitiendo asegurar el regreso del turista, lo promoció guardando fidelidad proyectando positivas referencias vendiendo los servicios de la empresa. Esta promoción redundante en la captación de turistas potenciales y los permanente siempre regresen, el gerente debe saber que un liderazgo arrogante no satisface. Al contrario un gerente afable, empático al igual que su talento humano motiva al huésped a ser fiel y regresar a usar los servicios prestados.

Debo resaltar, la importancia de los significativos aportes brindados por los actores sociales en los diálogos realizados a través de las entrevistas. Los hallazgos emergidos de allí me representaron una herramienta prominente guiándome hacia la comprensión cósmica, holística del contexto gerencial sustentable de calidad del servicio turístico en el área alojativa en el entorno objeto de estudio. Todo ello orientado a fortalecer las gestiones hoteleras y posadas con referencia a prestación de un servicio

sustentado bajo la premisa calidad.

Para precisar lo expuesto hasta el momento, desde el punto de vista epistemológico, subrayo aspectos fundamentales para fortalecer elementos cognitivos relacionados con la gerencia sustentable de calidad del servicio desde la perspectiva del turista, instaurando herramientas basadas en los siguientes postulados que debieran coadyuvar concretar una gestión gerencial sustentable desde la calidad prestada. Las responsabilidades del gerente puede traducirse de acuerdo a:

Concientización acerca de la calidad requerida por el turista

En conocimiento de ello, mejorar, defender y mantener la calidad del servicio.

Supervisar y saber orientar las actividades hacia la mejora continua de la calidad.

Conocer para corregir las posibles desviaciones estandarizando actividades y operaciones por ejemplo: enfocar de forma personalizada las demandas exigidas por los turistas.

Conocer que una gestión gerencial se basa en eficacia y eficiencia.

Arraigo a la filosofía organizacional basada en la cultura de la calidad del servicio siendo conocida y compartida por todo los integrantes de la empresa.

Implementación sistemática, continua de programas de formación, capacitación y adiestramiento profesional del personal.

Con relación a calidad del servicio turístico los postulados se direccionan al conocimiento estratégico siguientes:

Calidad de los prestadores de servicio (dueños, gerentes, administrativos, ejecutivos, autoridades implicadas).

Calidad del personal de contacto en actividades del servicio (meseros, recepcionistas, ballet parking).

Calidad en los procedimientos y métodos (valor agregado del servicio)

Gestión de la calidad del servicio en atención esmerada al cliente prestando un servicio excelente para satisfacción del turista (vocación de servicio del personal)

Calidad de insumos, instalaciones, equipos, materiales y procedimientos ofertados con relación precio.

Para culminar este fragmento, debo referirme a los turistas como protagonistas de esta historia; siendo conocedores plenos de la calidad del servicio turístico son los clientes más exigentes al momento de utilizar un servicio, estos conocimientos está basados en la experiencia y arraigado de acuerdo a:

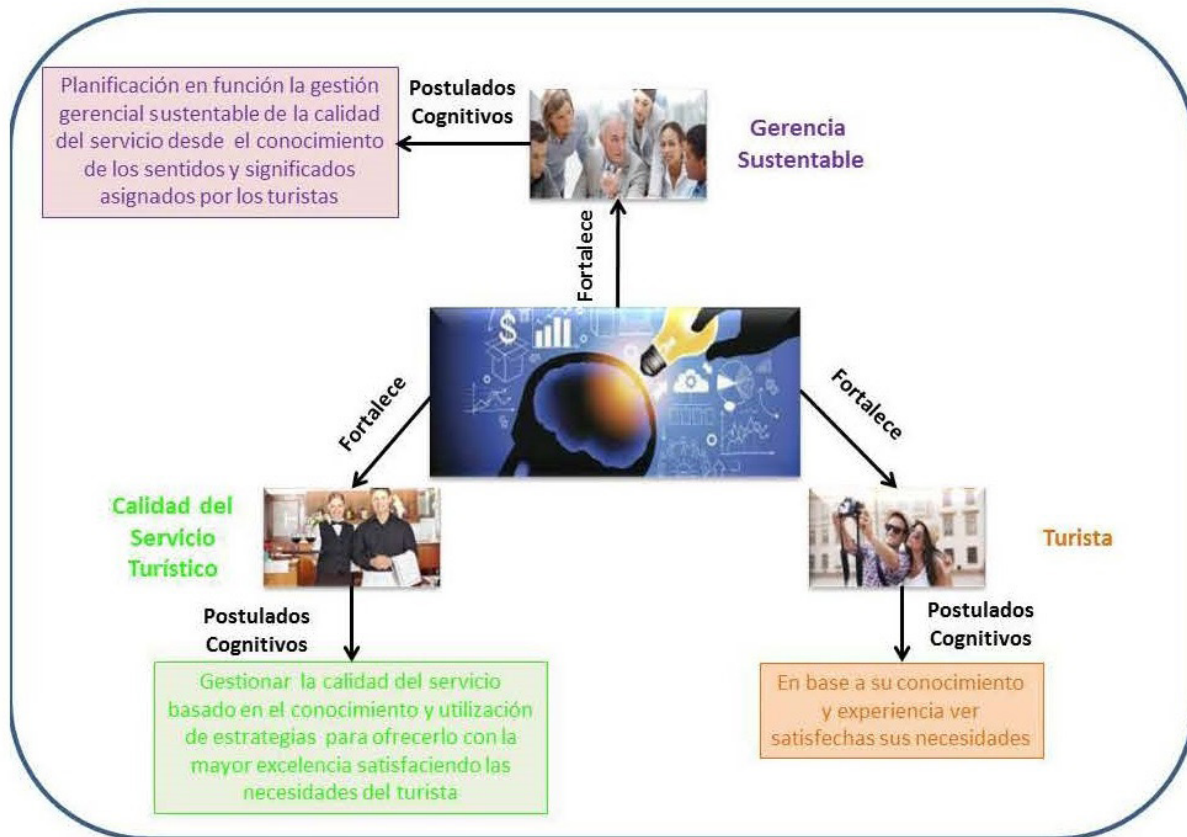
Las expectativas, debiendo ser cumplidas por los prestadores de servicio al momento de utilizar sus bondades y quienes son los responsables directo y conocedores en la materia.

El conocimiento del turista quiere, desde su percepción le resuelvan lo mejor posible sus problemas y satisfagan sus deseos.

Conocedor de como sentirse satisfecho y conforme con el servicio ofrecido permanecerán fieles al establecimiento.

Los antes descrito entronca con la opción epistemológica que asumí para el desarrollo de la presente investigación, por cuanto, a través del construccionismo social indague desde la realidad subyacente, a través del estado del arte para generar conceptualizaciones relacionados con el tema de investigación, de acuerdo a percepciones descritas por actores como informantes protagonistas del contexto social lo cual me permitió examinar aspectos relevantes para aproximarme a esa realidad, de acuerdo a interpretaciones, significados y pareceres según las voces del turista, generando un constructo teórico gerencial sustentable de calidad del servicio.

Estas reflexiones, nos hacen deducir que cuando el contexto empresarial se identifica con una gerencia sustentable como fuente primordial de ejecución existen reducción de costes y aumento de ingresos. Además, muchas compañías consideran la sostenibilidad como un factor clave para fomentar el crecimiento en nuevos mercados con la vista puesta en la recuperación económica. Y en el ámbito alojativo la sustentabilidad se soporta en los requerimientos propuestos por los turistas como fuente primordial hacia la consecución de satisfacer sus necesidades.



Umbral Epistemológico del Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista.

Umbral Metodológico

El espectro metodológico es el artilugio que me indujo a vincular y entretrejerme con el tema de estudio, sabiendo que esto es un requisito ineluctable para transitar el sendero creativo en el espectro del conocimiento, indudablemente sustentado en la columna vertebral del umbral ontológico y epistemológico.

Esta metodología está supeditada en la extracción de los significados emergidos desde interacciones de los diferentes grupos de individuos del contexto investigativo, exploración exhaustivamente de las vivencias, experiencias germinadas de los actores sociales como protagonista de esta historia. Esto me permitió, como investigador develar, a través de los indicios suscitados, esgrimidos de los informantes identificar los hallazgos predominantes expresados por ellos para transmitir desde su percepción del fenómeno contextual sentido.

Lo más significativo en el proceso metodológico utilizado en este proceso investigativo del tema, desde mi forma de ver, como de manera sencilla, explícita, experiencial, visión del contexto, realidades y cosmovisión, se fueron develando elementos trascendentales fortaleciendo los significados de los actores sociales influyendo en la generación de resultados permitiéndome descifrar la pertinencia o no del fenómeno de estudio.

La gerencia de los hoteles y posadas para ofrecer calidad del servicio estará sustentada con herramientas implementadas para la ejecución de políticas gestionando planes hacia el cumplimiento con las expectativas, anhelos, deseos expresadas desde las opiniones expresadas por los turistas desde su perspectiva, sentidos y significados asignados por ellos sobre la calidad del servicio ofertados y realmente recibido valorando si fueron cubiertas sus necesidades.

Esto debe darse, desde una gerencia sustentable de calidad del servicio identificada con los procesos administrativos, promocionado trabajo en equipo de sus colaboradores; arraigados a la filosofía organizacional descrita para tal fin y ejecutando sistemáticamente programas de formación procurando la actualización de conocimiento en el talento humano, de acuerdo a sus responsabilidades.



Umbral Metodológico del Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista.

Umbral Axiológico

Los aspectos axiológicos del constructo teórico de calidad del servicio desde la perspectiva del turista, apoyada en los hallazgos emergidos desde los actores sociales, de acuerdo a sus valores, consustanciado por mí una vez hecha una valoración reflexiva e interpretación respectiva refleja que debe estar soportada en una filosofía gerencial moderna apoyada en calidad como elemento hacia la satisfacción del turista como visión conquistando al cliente potencial y asegurando el cautivo. Todo esto soportado desde el punto de vista gerencial arraigada en valores éticos relacionados con la prestación de servicio en el área de alojamiento.

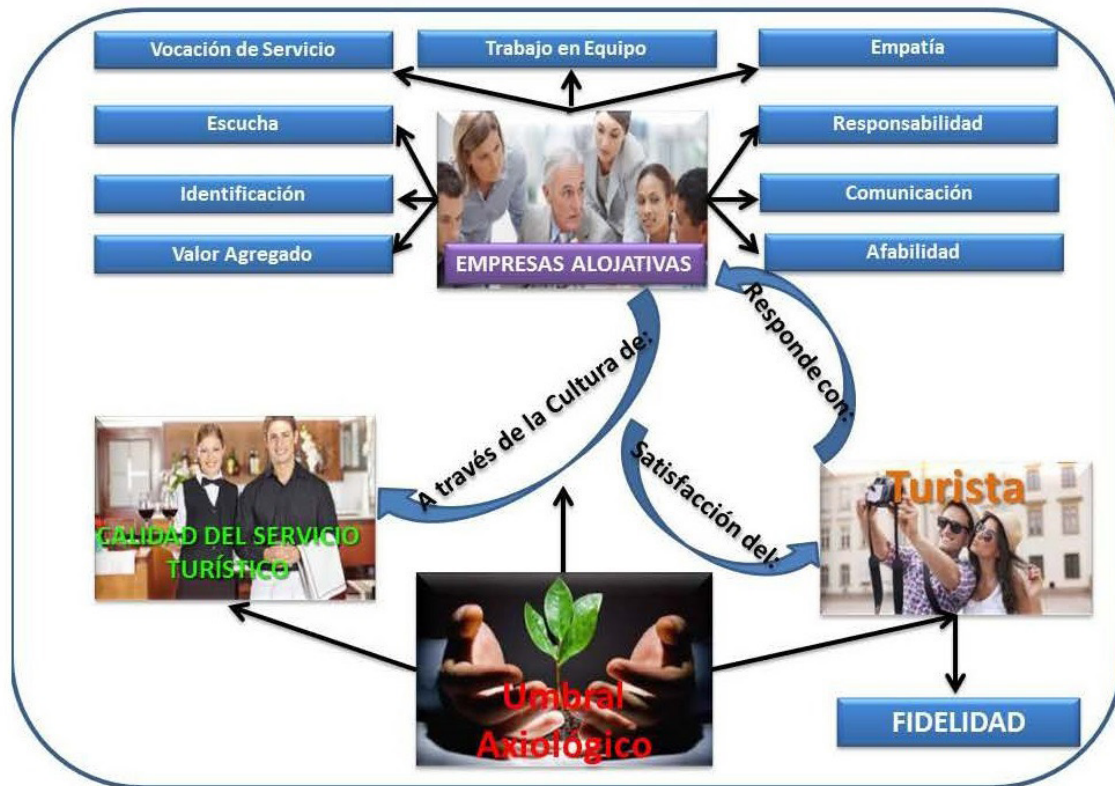
De acuerdo a ISO 9000 (ob. cit.), establece que los principios axiológicos de las empresas turísticas hoteleras vienen dados por la ética expresada por el talento humano identificados y comprometidos con la misión y visión organizacional arraigada en la cultura del buen servir; servir con calidad trabajando en equipo bajo la premisa del respeto, amabilidad, empatía, afabilidad, atención personalizada, justo a tiempo, reconocimiento de las necesidades del turista, atención a sus requerimientos.

Por lo anteriormente expresado considero, los principios axiológicos que soportan y direccionan la gestión gerencial sustentable de calidad del servicio turística están direccionadas hacia la responsabilidad inevitable enmarcando sus valores en el cumplimiento de prestar sus servicios buscando siempre la excelencia para satisfacer las necesidades del turista.

Es importante establecer desde la gerencia, objetivos claros hacia la construcción de una misión y visión basada en valores como innovación, ofrecimiento de experiencias excepcionales, calidez, hospitalidad, atención a los requerimientos de los turistas, honestidad, vocación de servicio, valor agregado al servicio, responsabilidad, empatía, identificación, escuchar sugerencia.

Profundizando, destaco lo descrito por Ramírez (ob. cit.), refiriendo al turismo como el elemento dinámico constituido por el individuo considerado en sus dos vertientes: desde el punto de vista de prestador del servicio turístico, haciendo referencia a los trabajadores del sector en general; y desde el punto de vista del consumidor de ese servicio ofertado, como turista real y potencial. El trabajador del área alojativa debe encontrarse perfectamente concientizado, capacitado conocedor y practicante de la cultura organizacional de calidad la cual debe ser su máximo objetivo. La motivación para la calidad es permanente mediante la identificación del comportamiento orientada hacia el cumplimiento de los valores arraigados en la filosofía organizacional enunciada en la misión y visión empresarial. El cumplimiento de todo esto, permitiría cubrir las expectativas, satisfacer necesidades, conociendo sus opiniones y sugerencias para cumplir con los sueños que traen consigo los turistas quienes son los principales evaluadores del servicio ofrecido por los responsables del mismo.

El cumplimiento de esos valores impulsa el cumplimiento del trabajo que corresponde, posesionando a su personal con la cultura empresarial de la calidad del servicio, marca el camino para tomar decisiones y cumplir los objetivos, metas establecidas en dirección correcta esto genera un cambio de paradigma positivo, se logra la identificación del personal permitiendo la poca rotación del mismo, además se logra el éxito de mejora continua y por último no menos importante, la satisfacción plena de los turistas como seres antropocéntricos en la actividad turística y el responderá con su mayor valor; su fidelidad con la empresa. A continuación presente la gráfica 13. Se visualiza el umbral axiológico.



Umbral Axiológico del Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista.

Umbral Praxiológico

Dentro del contexto organizacional, están circunscriptas a la adaptación de los cambios que resulten beneficiosos y no contraproducentes. Con relación a las empresas turísticas en general incluyendo las relaciones con alojamiento, su praxis estará enfocada bajo coordinación de actividades de calidad en dos aspectos fundamentales organización hacia calidad del servicio para el cambio y enfocar sus políticas sustentada en el turista.

La gerencia de estas organizaciones sobre calidad para el cambio debe estar delineada en el logro de objetivos mediante equipos identificados, capacitados en función de la práctica a tal fin formulando

políticas hacia prestación del servicio como objetivo la excelencia, planeando el adiestramiento a su personal, abriendo canales de comunicación con los turistas para ser escuchados.

Entonces tomando en cuenta estos factores y el concepto de calidad de Feigenbaum (2010), se refiere como sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo, mantenimiento y mejoramiento de calidad realizados por los diversos niveles organizativos para ofrecer un buen servicio para la satisfacción del turista, todo ello dirigido por los miembros de la gerencia adaptados por normas y procedimientos.

De acuerdo a esto, los gerentes de los hoteles y posadas se enfrentan a grandes retos para alcanzar la sustentabilidad del servicio de calidad de acuerdo al contexto ontológico emanado por los actores sociales en este trabajo de investigación. Es por ello la importancia de estos elementos que la gerencia debe enfocar sus esfuerzos, planes, objetivos con la finalidad de conseguir, según los sentidos y significados asignados por los turistas, eficacia y eficiencia ofreciendo calidad del servicio.

Los miembros directivos tienen que conocer, entender y/o interpretar las características reales de calidad del servicio prestado motivando a turistas desde el cumplimiento de las expectativas satisfaciendo sus necesidades, la gerencia permanentemente evaluará los hechos, juicios de valor emanados por los huéspedes para el mejoramiento sistemático.

Los gerentes pertenecientes al área alojativa, deberán enfocar su praxis gerencial sustentada en calidad del servicio turístico en la información suministrada de los turistas, de acuerdo a sus expectativas para implementación de la gestión gerencial en su productividad; promocionando el trabajo en equipo, basado en la ética, valores, cultura de calidad, teniendo programas formativos actualizados para su personal, incluyéndolos.

El cumplimiento hacia la calidad estará integrado, contando con la participación plena de los miembros de la organización a todos los niveles enfocándose en cambios paradigmático, garantizando ser distintivos dentro del mercado competitivo procurando mantenerse en el tiempo como empresas sustentables ofreciendo con coherencia las bondades a las generaciones actuales, y garantizándolas a los futuros huéspedes. Es necesario entonces, enfocar la calidad como eje integral del estilo gerencial; el empresario debe estar consciente de su función con relación a este aspecto integrando las opiniones emergidas desde los turistas, como responsable para la consecución de la meta, por ser parte de sus objetivos, además la dinámica empresarial contextual se lo exige, en tal sentido Crosby (ob. cit.), expone algunos principios de la filosofía en la administración hacia calidad traduciéndose en:

- a) La calidad es cumplimiento de los requerimientos exigidos por los clientes.
- b) La calidad se logra por medio de la prevención y no de la evaluación.
- c) La calidad se alcanza mediante el cero defecto y no solo por estándares.
- d) La calidad se mide por el precio del cumplimiento de las exigencias de los clientes, no por índices. (p. 25).

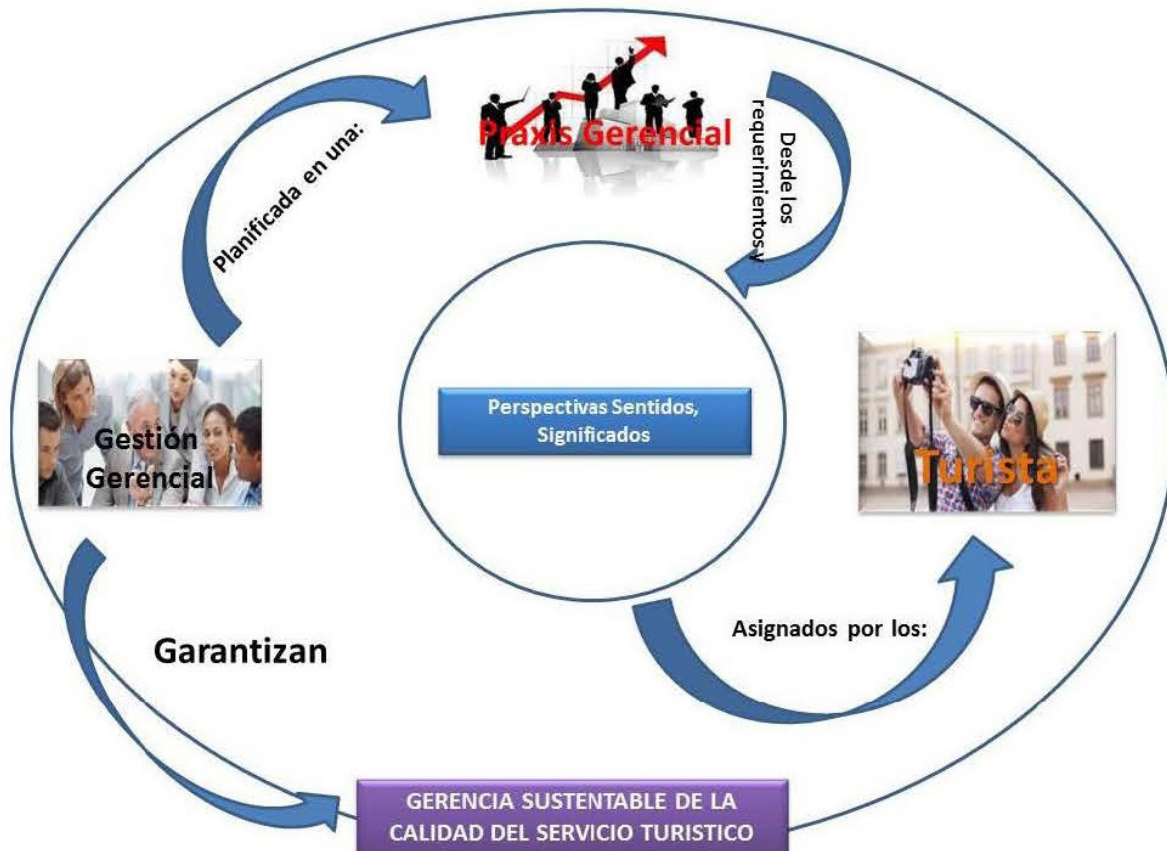
Esto obligará a la gerencia a trabajar en función del cumplimiento de los requerimientos exigidos por los turistas evitando cometer errores, fallas cumpliendo con las responsabilidades adheridas a la

gestión gerencial sustentable de calidad del servicio desde las perspectivas del turista; básicamente basado en la concientización de los directivos y propiciando la participación del talento humano generando bienestar a los beneficiarios, acorde con sus sugerencias y reclamos. La toma en consideración bajo la premisa de estos aspectos propiciara una gerencia sustentable de calidad del servicio en hoteles/posadas. En la siguiente gráfica se visualiza.

Por último y no menos importante, la gerencia debe basar su gestión en los elementos sustentados en los procesos administrativos para garantizar la sustentabilidad de la calidad del servicio, como el norte a seguir, permitiéndole esto ser eficientes en las acciones y políticas satisfaciendo las necesidades del turista. Es necesario en esta situación país, en la cual la realidad es adversa a los empresarios, gerentes poner en práctica una planificación estratégica permitiendo armar este rompecabezas, a través de sistemáticas investigaciones sobre cómo ofrecer mayor calidad de acuerdo al contexto con el propósito de acometer acciones a corto y largo plazo adaptada al contexto.

Así como, escuchar las opiniones de los turistas, que permita organizar los recursos disponibles de la empresa humanos, materiales y financieros para lograr la mejora continua del ofrecimiento a los huéspedes en calidad del servicio; tomando en cuenta no solo la satisfacción del cliente, sino los incentivos tangibles e intangibles que como empresa ofreces a tus clientes internos (Talento), permitiendo se sientan identificados con la empresa, con sus responsabilidades asignadas sintiéndose reconocidos y motivados, de esta manera tener sentido de pertenencia con la empresa; repercutiendo en la atención esmerada, respetuosa, así como en el buen servir al turista. Así mismo, dirigir la ejecución de planes motivacionales, capacitación, formación y adiestramientos para alcanzar las metas de la organización, permitiendo dentro de este contexto de crisis empresarial destacarse de la competencia.

Por otra parte, deben los gerentes implementar estrategias de control para evaluar cada uno de los procesos y acciones dirigidas a garantizar políticas gerenciales sustentables de calidad del servicio desde la perspectiva de los turistas y no solo desde las normas establecidas, siendo ellos sujetos principalísimo.



Umbral Praxiológico del Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista.

Umbral Biopsicosocial

El Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista emergido del proceso investigativo en este corpus surgido en el contexto ontológico desde la visión de los actores sociales participantes en el mismo, se presenta como una herramienta importante permitiendo generar acciones para el bienestar de los consentidos huéspedes, quienes tienen el derecho de ver satisfechas sus necesidades básicas para el disfrute del ocio y el recreo beneficiándose de los servicios por quienes tienen el deber de prestarlos.

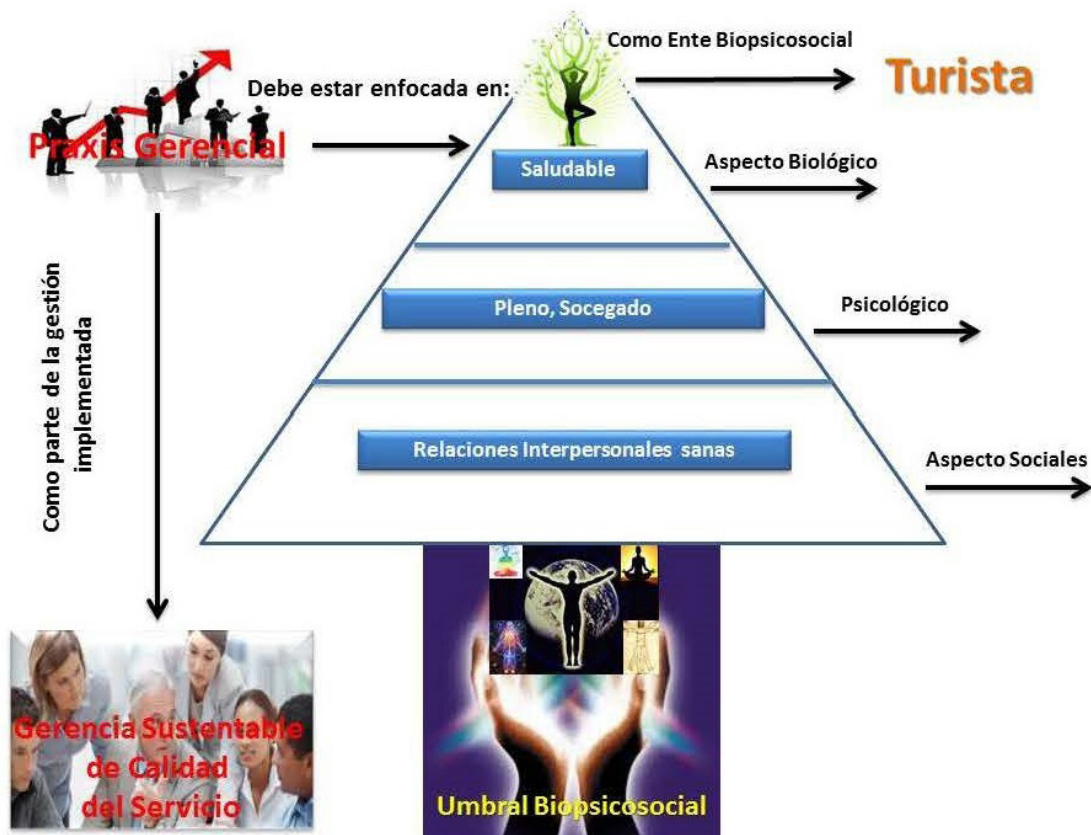
El gerente deberá basarse en el hecho cierto, que el turista es un ser humano, y como tal es un ente con necesidades biológicas, con derecho al disfrute de experiencias enriquecedoras, placenteras como protección contra el estrés causado por la rutina diaria, coadyuvando a permitir en él un estado mental de sosiego y tranquilidad, de sanidad espiritual; por último procurar el intercambio social, a través de relaciones interpersonales sanas y satisfactorias. Esto deberá tomarse en cuenta como un requisito sine qua non para la gerencia alojativa; y así ofrecer calidad en el servicio complaciendo en sumo grado los aspectos biopsicosociales a los turistas, y ellos en su derecho de exigirlos, para satisfacer necesidades relacionadas con el disfrute del ocio y recreación.

Esto tiene relación con lo descrito por la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020), cuando se hace referencia a lo biopsicosocial, cuando expresan que es el estado completo de bienestar físico, mental y social, complaciéndolo en su integralidad, reafirmo entonces, que el turista es un ente porque existe como ser humano, es bio, ya que es un organismo perteneciente a la naturaleza y psico porque tiene mente, racionalidad eso le permite ser consciente de su existencia exigiendo bienestar como ser humano interrelacionándose positivamente con los demás.

En este sentido la gerencia sustentable, debe generar servicios utilizando herramientas utilizables para generar calidad para el hoy, satisfaciendo las necesidades sentidas por los turistas actuales, pero cuidando en mantener permanentemente, esos mismos aspectos para que trasciendan en el tiempo con la visión puesta, procurando bienestar a las próximas generaciones de turistas, haciéndola trascender como empresa en el tiempo, utilizando como sello distintivo de ella con la competencia, coadyuvando al fortalecimiento de la actividad turística como eje transversal en el andamiaje de calidad del servicio en alojamiento.

Dentro de este entramado del intercambio social entre turistas y prestadores de servicio, debe funcionar amalgamadamente cumpliendo con lo ofrecido, sin ofertas engañosas permitiendo el disfrute, gozo de las bondades que genera el recibir calidad al momento del turista disfrutar del ocio y recreación merecidas acorde a sus necesidades, expectativas como ser integral buscando siempre sentirse satisfecho al momento demandar requerimientos en hospitalidad.

En este espectro dinamizador de transformaciones, este constructo, expone desde las particularidades develadas desde perspectiva del turista enfocadas de sus realidades contextuales expresadas como necesidades sentidas por ellos, que deben ser tomadas en cuenta por los gerentes de las empresas alojativas, llamadas hoteles o posadas estas pudieran fortalecer la calidad en un binomio integral asumiendo los retos sugeridos por los huéspedes, escuchando sus sugerencias, reglamos, deseos, anhelos y esa ecuación interrelacionada socialmente mejorar continuamente procurando siempre la satisfacción a las necesidades del cliente, siendo efectivos en la consecución de acciones en ese sentido. En lo subsiguiente expondré en la gráfica 15; lo que he denominado la pirámide del estado biopsicosocial del turista y su relación con la gerencia sustentable de calidad del servicio.



Umbral Biopsicosocial del Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista.

Umbral Holístico del Constructo Teórico Gerencial Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista

Las empresas del área turística, especialmente las dedicadas al alojamiento su gestión debe estar enmarcada en la prestación del servicio, bajo la premisa calidad esto significa para los gerentes de los hoteles y posadas, dirigir sus acciones con relación a este aspecto, procurando ser competitivos en el mercado nacional e internacional. Esta es un factor primordial tomado en cuenta a nivel mundial,

dirigido en la búsqueda insoslayable para satisfacer las necesidades del turista desde su percepción, complaciendo requerimientos exigidos por ellos.

Actualmente la gerencia sustentable de calidad del servicio juega un rol predominante hacia el éxito de las empresas que brindan hospitalidad en alojamiento; esto significa dedicar, redoblar esfuerzos al emprendimiento generando bases sólidas teóricas ineludibles en ejecución programáticas de formación para los gerentes y demás talento humano pertenecientes a estas organizaciones que obtengan conocimientos constantemente y actualizado con referencia a prestar calidad, todo esto basado en calidad desde los estándares, contexto legal, normas establecidas pero haciendo énfasis en ejecución de planes tomando en cuenta las opiniones, sugerencias, reglamos y exigencias del turista.

De esta manera, asumir estrategias adecuadas para aumentar sus competencias siendo eficaces y eficientes en la consecución del cumplimiento del factor calidad total, redundando en beneficios tangibles e intangibles para la empresa y para los clientes. En Venezuela el auge del turismo interno, ha ido in creciendo y con ello las demandas hacia la ocupación de plazas camas en hoteles y/o posadas en todo el territorio local y nacional. Por ello, para la gerencia destinada a este sector representa un reto en aras de ser competitivo en el área alojativa conformando el eje transversal turístico, esto es representativo tanto para el sector privado y sector público; ambos como prestadores del sector tienen la tarea, responsabilidad de satisfacer necesidades a quien es un cliente muy exigente, el turista.

Los gerentes relacionados al sector, se ven obligados a enfilear sus herramientas estratégicas en complacer los deseos expresados por quienes demandan ese servicio, agotando todos los esfuerzos, poniendo empeño en satisfacer las necesidades demandadas. En Venezuela existen cada día más, conciencia gerencial hacia la sustentabilidad de calidad en la prestación del servicio en los hoteles y/o posadas, siendo esto factor determinante para su permanencia y longevidad en el área correspondiente, esto supeditado a prestar no solo un servicio, sino calidad en el mismo marcando el sello distintivo diferenciándose de los demás oferentes en alojamiento, de ello depende la demanda y fidelidad del turista.

De acuerdo a esto, se hace necesario tomar en cuenta los insumos suministrados de acuerdo a sentidos y significados que le atribuyen los protagonistas, de acuerdo al contexto cognoscitivo que tienen sobre calidad y desde sus expectativas deben brindarles los prestadores del mismo. La gestión gerencial del servicio de calidad se sustenta, se construye con la participación de todos los integrantes en ese entramado, llamado alojamiento.

Este constructo genera insumos, obtenidos en hallazgos significativos emergidos de los actores sociales participantes en el proceso investigativo y su visión, la gerencia tiene tomar en cuenta las percepciones desde la realidad contextual cósmica relatadas en sus entrevistas; demanda ser escuchados.

En el umbral ontológico, emergió de los hallazgos, a través de la voz de los turistas y percepciones sobre la gerencia sustentable de calidad del servicio turístico, acorde a realidades circundantes del contexto sucedido en su entorno, en los cuales develan la importancia que tiene las acciones tomadas en gestiones gerenciales alojativas, acorde a estrategias sustentadas en las perspectivas de los protagonistas, comprendiendo los sentidos y significados asignados para interpretarlos generando bienestar y calidad en el servicio recibido por los turistas.

El cumplimiento de todo esto, permitiría cubrir las expectativas, satisfacer necesidades, conociendo sus opiniones y sugerencias para cumplir con los sueños que traen consigo los turistas quienes son los principales evaluadores del servicio ofrecido por los responsables del mismo. La integración de ambos contextos genera una simbiosis asociada a construcción de aportes e ideas entre los turistas como actores sociales y los gerentes estrechamente ligados por la condición humana desde realidades cósmicas, multifactoriales permitiendo el mejoramiento continuo fortaleciendo la sustentabilidad gerencial hacia la calidad del servicio.

El constructo teórico, genera insumos cognoscitivos sobre la calidad del servicio a la gerencia para la aplicación de herramientas novedosas, sugeridas por sus demandantes hacia la consecución de políticas adecuadas con el objetivo de fortalecer praxis hacia una gerencia sustentable de calidad del servicio, esto estaría vinculado con el umbral epistemológico.

La metodología surgida del constructo teórico, estará basada en la eficacia y eficiencia, promocionando trabajo en equipo de sus colaboradores; arraigados a la filosofía organizacional desde las perspectivas, sentidos y significados asignados por los turistas para garantizar una gerencia sustentable de calidad del servicio alojativo, procurando permanecer en el tiempo y ser competitivo en el mercado turístico.

El umbral axiológico está determinado por, la identificación de los miembros de la empresa con su filosofía organizacional concatenado con la ética, valores, arraigo en cultura de calidad, enfocados en vocación de servicio, trabajo en equipo, responsabilidad, afabilidad, rapport, empatía y valor agregado satisfaciendo las necesidades del turista.

Así mismo, el umbral praxiológico se enfoca en la ejecución de la gestión gerencial planificada ejecutadas con herramientas adecuadas, a través de acciones fortalecedoras sostenida en los requerimientos suplidos desde las perspectivas de los turistas, y de esta manera garantizar una gerencia sustentable de calidad del servicio.

El turista como ente biopsicosocial, siente la necesidad de estar biológicamente saludable, pleno en su salud mental, psicológica para mantener relaciones interpersonales asertivas como parte del proceso social; la actividad turística debe satisfacer esas necesidades cubriendo esos espacios de ocio y esparcimiento garantizados, a través de una gestión sustentada en la calidad demandada por quienes exigen ser atendidos para bien estar.



Umbral Holístico del Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista.

SEXTO SENDERO CAVILACIONES Y BIFURCACIONES

“Enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las
posibilidades para su propia producción
y construcción”
Paulo Freires.

El Omega de mi Experiencia Vivencial del Sendero y el Alfa de un Nuevo Viaje Investigativo

Cuando hago referencia al omega de mi sendero, me refiero al culmen de la extraordinaria, además enriquecedora experiencia vivida durante mí proceso investigativo en el cual he pretendido aproximarme a la construcción teórica desde la voz de los actores sociales para brindar herramientas gerenciales sustentables de calidad del servicio en el área alojativa, pero también me refiero al alfa como emprendimiento e inicio hacia un nuevo viaje desde los insumos ofrecidos aquí, a otros investigadores para la realización investigativa con relación al tema planteado en este corpus o indagaciones conexas.

En el constructo cognoscitivo presentado, están implícitas las intencionalidades establecidas por mí como eje fundamental en la comprensión e interpretación basada en los aportes generados por los actores sociales, protagonistas principalísimos, desde su contexto ontológico manifestado de manera colaborativa en las entrevistas realizadas sobre percepciones, sentidos y significados desde su cosmovisión sobre la gerencia sustentable de calidad del servicio en organizaciones referidas al área de alojamiento.

Mi comprensión sobre el tema gerencia sustentable sobre prestación del servicio con calidad, están avaladas por los autores relacionados con calidad como eje fundamental de una gestión gerencial fortalecida en este entramado teórico para su sustentabilidad con la ejecución de planes estratégicos sostenidos en percepciones emitidas por turistas como actores sociales.

El análisis, comprensión sobre esto, me hace visualizar la importancia que tiene para la gerencia las opiniones y sugerencias emergidas desde los usuarios para la ejecución de planes, acciones contundentes direccionadas a prestar calidad en los servicios ofrecidos desde la gerencia quienes son los responsable en lograr satisfacer las necesidades, acorde a expectativas planteadas por los turistas quienes cada día son más exigentes.

Al respecto, Horovitz (2000), señala que calidad en los servicios es determinada por cada cliente o usuario, está basada totalmente en su percepción de la realidad, por lo que es resultado de la evaluación personal sobre el nivel de servicio que entiende; ha recibido, comparado con sus expectativas, pudiendo tener como resultado la satisfacción o insatisfacción. Todo esto debería tomarse en cuenta por la gerencia estableciendo reglas para cubrir esas exigencias, tomando el servicio como una actitud de complacencia, consideración, cortesía hacia su consentido (el Turista).

La gerencia deben establecer la calidad como cultura organizacional ofreciendo los mayores estándares, pensando en mejoramientos continuos, la empresa debe alcanzar niveles excelentes en el servicio prestado bajo la perspectiva que tiene el turista con relación al tema para satisfacer sus necesidades. Enfatizo en esto, se deduce que la génesis de una estrategia de servicio recae

en el cliente como principalísimo actor, el objetivo está en mantener a los actuales y atraer a los potenciales, debe agregarse valor a los servicios que se ofrecen logrando la satisfacción del cliente. La gerencia ocupacional en alojamiento tiene el reto de enfocar sustentar su gestión, como requisito indispensable en calidad del servicio cumpliendo con los estándares emanados por los turistas desde la realidad cósmica contextual acorde a sus vivencias experimentadas.

En los hoteles y posadas propósito de estudio en esta investigación, existen debilidades que fueron visualizadas en los hallazgos encontrados en el proceso de contrastación realizados, de acuerdo a los sentidos y significados asignados por los turistas sobre la calidad del servicio ofrecidos por estos establecimientos, así también, emanaron de este proceso dialógico insumos para fortalecer las acciones usando estrategias gerenciales para la mejora continua al respecto.

En este sentido, el rol del gerente con referencia al entorno sustentable de calidad se orienta a velar que se cumpla con esas características como holismo empresarial, para lo cual debe existir internalización hacia transformaciones hombre-calidad, siendo ejemplo para la organización entera, ser conscientes de la importancia que representa esto para el turista y la empresa. Concientizar a todo su personal ofreciendo herramientas, sistemas, métodos y procedimientos acorde a actividades satisfaciendo al turista ofreciendo calidad del servicio. La empresa tiene como misión sustentarla en base a realidades contextuales respondiendo a las demandas del consumidor, siendo flexible para adaptarse a los cambios, pudieran producirse en el entorno sobre los nuevos requerimientos hechos por los turistas.

Los gerentes deben proporcionar programas de formación, capacitación y adiestramiento elevando el nivel, ampliando los conocimientos para determinar si las políticas implementadas están actualizadas acorde a las opiniones expresadas por los usuarios, deben conocer a fondo analizando objetivamente los alcances de calidad y sus beneficios demandados por el contexto. Todo esto beneficia a la empresa, siendo más competitiva concientizándose a sí mismos y al personal en cuanto a calidad mostrando ante sus competidores que tienen puntos diferenciales en prestación del servicio cumpliendo con las exigencias de los turistas.

El trabajador turístico, tiene que estar preparado, concientizado sobre la calidad del servicio como factor fundamental de sustentabilidad gerencial, fortaleciendo la filosofía organizacional, siendo coherente con la ética, valores, cultura del buen servir, haciendo trabajo en equipo. Por otra parte la gerencia debe garantizar que la calidad de sus servicios se equipare con el precio establecido.

La gestión turística, viene dada por su conceptualización, del conocimiento de las perspectivas que tienen los turistas sobre la calidad del servicio prestado, desarrollo sistemático en el diseño, procedimientos, políticas en mejoramientos constantes y permanentes hacia cambios positivos. Las estrategias del diseño calidad-servicio permite generar beneficios tanto para el huésped como a la empresa.

La praxis organizacional de la gerencia alojativa con relación a ofrecer calidad del servicio se sustenta en las bases filosóficas y cultura empresarial que soportan su gestión. Estas deben adecuar sus políticas al contexto real del entorno circundante, sus pilares funcionales están enmarcados en la cultura del servicio de calidad; ideando sus planes sobre premisa hacia el mejoramiento continuo utilizando herramientas soportadas en el conocimiento desde los requerimientos exigidos por los usuarios consumidores del servicio hotelero, gestionado desde la calidad mejorando la atención

cubriendo las necesidades del turista. Las prácticas ejecutivas cumpliendo las características antes mencionadas garantizan la gerencia sustentable de calidad del servicio turístico.

Insumos y Consideraciones del Colofón Investigativo

El aseguramiento de la calidad, es procurar sustentabilidad proporcionando confiabilidad del servicio turístico desde el afianzamiento sobre la imagen corporativa y aprobación por parte del turista. Propiciando satisfacción en él, al asegurar calidad mediante diseño del servicio acorde a sus requerimientos. Para llevar a buen término asegurando la calidad se necesita políticas que consoliden la existencia del buen servir, asegurando satisfacción de expectativas.

La responsabilidad recae en la gerencia a todos sus niveles jerárquicos extendiéndose al personal de contacto directamente relacionado con el turista, cumpliendo cada uno sus responsabilidades. Calidad es un concepto para ser implementado 24 horas igual que el turismo, por lo tanto debe estar asegurado plenamente, tomando en consideración opiniones y sugerencia de los demandantes.

Desde el punto de vista científico, el Constructo Teórico Gerencial de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista suministrará insumos apegados al rigor de los procesos científicos-investigativos para ejecuciones gerenciales planificadas sobre políticas emergidas desde la voz de los actores sociales en el campo de esta investigación para descubrir nuevos conceptos, sentidos y significados asignados por ellos, de acuerdo a los hallazgos emergidos desde su cosmovisión temática de la realidad contextual estudiada; esto coadyuva poner en marcha los aportes generados desde el punto de vista de la científicidad por la gerencia pertenecientes al área alojativa integrando conceptos relacionados con calidad, evitando cometer errores en el futuro.

En lo académico: el tema como elemento investigativo presentado en este corpus, es de suma importancia vigente en las empresas relacionadas con el alojamiento a nivel mundial, regional, nacional y local. Este Constructo Teórico Gerencial Sustentable de Calidad del Servicio desde la Perspectiva del Turista sería punto de referencia permitiendo en el ámbito académico ser referente teórico para próximas investigaciones conexas de igual manera como aporte cognoscitivo para estudiantes y profesionales en carreras afines, bajo una nueva visión distinta desde las expectativas planteadas por los usuarios.

En el aspecto organizacional, el constructo podría servir de soporte valioso para contribuir a la consolidación gerencial sustentable de calidad del servicio en los establecimientos dedicados al alojamiento, tomando en cuenta los sentidos, significados asignados por los turistas desde allí construir sinérgicamente la misión, visión, filosofía organizacional sustentada en valores apegados a la cultura de calidad del servicio, actualizando conocimientos logrando los propósitos en este sentido.

Con relación a lo social: los aportes germinados de este constructo demuestra la significación que tiene el ser humano como ente biopsicosocial para el desarrollo empresariales y la importancia de satisfacer integralmente las necesidades, de esta realidad no escapa las organizaciones relacionadas con la actividad turística y específicamente aquellas que tienen que ver con alojamiento. Es por ello, que a través de lo expuesto en este constructo se busca canalizar los requerimientos exigidos por los huéspedes en consecuencia brindarle la mayor suma de satisfacción posible para el bienestar y placer buscado por ellos.

Todo ello contribuye a la actividad turística, siendo la calidad del servicio parte fundamental como eje transversal en el entramado llamado hospitalidad, referida al alojamiento que desde las perspectivas del turista contribuirá a mantener acciones sistémicas hacia la consecución de políticas fortaleciendo el sector.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Ander Egg, E. (2004). Métodos y Técnicas de Investigación Social II. La ciencia: Su Método y la Expresión del Conocimiento Científico. México: Lumen.
- Álvarez - Gayou (2003). Investigación Cualitativa: Diseños, Evaluación Del Rigor Metodológico y Reto. [Documento en Línea] Disponible: [Shttp://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v13n13/a09v13n13.pdf](http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v13n13/a09v13n13.pdf) [Consulta: 2017, junio 22]
- Bogdan, H y Biklen, A(1982). Qualitative Research for Education and Introduction to Theory and Methods. Boston.
- Camisión C.; Cruz S.; González T. (2006). Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. [Documento en Línea]. Disponible: Madrid. Pearson Educación, S. A. Disponible en: <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf> [Consulta: 2016, Octubre 12].
- Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de Las Naciones Unidas (2019), Medio Ambiente y Desarrollo. Asamblea General Informe Comisión Bruntland. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://sustainabledevelopment.un.org/rio20>. [Consulta 2022, septiembre].
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 5.908 (Extraordinaria), 19 de febrero de 2009.
- Crosby, Fillip (1979). La Calidad no cuesta. Primera Edición. Ciudad de México. México: CECSA.
- Deming, W. Edwards. (1982). Calidad, Productividad y Competitividad. La salida a la crisis. Madrid. España: Díaz De Santos S.A.
- FORMATUR. (2001). Formación y Superación. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.gestiopolis.com/formacion-y-desarrollo-del-capital-humano-en-las-empresas/>. [Consulta 2018, enero 4]
- Gallopín, G. (2003). División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Naciones Unidas. Santiago de Chile. CEPAL.
- Gándara J., Fraiz-Brea J., Alén-González M. (2000), Destino Sostenible para Destinos Sostenibles. La Calidad Hotelera como Instrumento para la Sostenibilidad. [Documento en Línea] Disponible: <file:///C:/Users/Alfredo/Downloads/Dialnet-HotelesSosteniblesParaDestinosSostenibles-2482212.pdf>. [Consulta 2014, octubre 11].
- Garrod, B. y Fyall, A. (2020). Más allá de la Retórica de la Sustentabilidad del Turismo. Gestión del Turismo. Octava Edición. Madrid España: Paidos.
- Gergen, K. (1996). Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social. España,

Barcelona: Paidós.

Gergen, K. (2009). *Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social*. España, Barcelona: Paidós.

Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago. Aldine.

Gómez S., H. (2014). *Gerencia del desarrollo Sustentable* [Artículo en Línea]. Disponible: <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2016/04/2014-oct-gomez.pdf>. [Consulta: 2017, agosto 25].

Heidegger, M. (1989). *Fundamentos de la filosofía Hermenéutica: Heidegger y Gadamer*. Tübingen. (16a Ed.) Gesamtausgabe (GA). Klostermann: Frankfurt a. M.– Vol. 12: *Unterwegs zur Sprache*.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collac, C., Baptista Lugo, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. [Documento en línea] Disponible: <https://www.esup.edu.pe/descargas/depinvestigacion/Metodologia>. [Consulta: 2017, mayo 03].

Horovitz, Jacques (1990). *La Calidad del Servicio: A la conquista del cliente*. España: McGraw-Hill/Interamericana.

Horovitz, Jacques (2000). *Los siete secretos del servicio al cliente*. Madrid, España; Pearson Educación.

Husserl, H. (1975). *Fundamentos de la filosofía hermenéutica: Heidegger y Gadamer*. [Documento en Línea]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/340/34024824004.pdf>. [Consulta: 2017, junio 13].

Husserl, E. (1995). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. México: Fondo de Cultura Económica.

ISO 9000 (2005). *Gestión de Normas de Calidad 9000*. [Documento en línea] Disponible: http://www.unc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/Norma_ISO_9000_2005.pdf. [Consulta: 2016, septiembre 7].

Ishikawa, K. (1997). *Qué es el Control de Calidad: La modalidad japonesa*. Décima Primera Edición. Bogotá. Colombia: Grupo Editorial Normas.

La Torre, A. (2006). *Bases Metodológicas de la Investigación Educativa*. Madrid: La Muralla.

Ley Orgánica de Turismo (2005). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, N° 38.215 (Extraordinaria), 23 de junio de 2005.

Liscano E. (1999). *Propuesta para el Desarrollo Turístico del estado Falcón*, Universidad Francisco de Miranda. Coro, estado Falcón.

- Llorén, L. (1995). Un Análisis de la Importancia Relativa que tienen las Dimensiones de la Calidad de Servicio en la Percepción del Cliente. [Documento en línea] Disponible en: <http://cuadernos.uma.es/pdfs/pdf374.pdf>. [Consulta: 2018, enero 12].
- Martínez-Delgado M., A., (2006). Modelos Epistemológicos Humanismo y Empirismo Presentes en Docentes de Enfermería del Área Clínica de la Escuela de Enfermería de la Universidad Central de Venezuela. Trabajo Especial de Grado. Universidad Central de Venezuela. Caracas. Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible en: <file:///C:/Users/Alfredo/Documents/LuisReyes/doctorado/tesis%20doctorales%20antecedentes/conceptos/empirismo.pdf>. [Consulta 2015, julio 09].
- Martínez V., José (2005). La Nueva Gerencia. [Documento en línea]. Disponible: www.redalyc.org/pdf/105/10503901.pdf. [Consulta: 2017, agosto 24].
- Merchán, C. (2008). Aproximación Teórica a la Gestión Sustentable en los Polos Turísticos Locales. Tesis Doctoral no publicada, Universidad Yacambú. Barquisimeto, estado Lara, República Bolivariana de Venezuela.
- MINTUR (2021). Encuentros de Prestadores de Servicio Turístico. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.mintur.gob.ve/mintur/>. [Consulta: 2016, marzo 15].
- Organización Mundial del Turismo. (2021). Informe Último Baremo de Desplazamiento de Turismo. Disponible: <http://www2.unwto.org/es> [Consulta: 2016, septiembre 08].
- Organización Mundial de la Salud. (2020). Desarrollo Sostenible. Disponible: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible> [Consulta: 2022, septiembre 08].
- Ramírez Cavassa, César. (2020). Calidad Total en las Empresas Turísticas. 6ta. Edición. México, D.F.: Trillas.
- Ricci, Ricardo Teodoro. 1999. Acerca de una Epistemología Integradora. Cinta Moebio 5: 1-20.
- Rodríguez, Santiago (2007). Creatividad en Marketing Directo. Ediciones Deusto. Barcelona (España).
- Serna Gómez, Humberto (2019). Gerencia Estratégica: Planeación y Gestión Estratégica. 8ª. Edición, Bogotá D.C.: 10ma. Editores.
- Sisk L., Henry y Sverdlik Mario (1979). Administración y Gerencia de Empresas. South-Western Publishing Co. USA.
- Tarí-Guilló, J., J. (2000). Calidad Total Fuente de Ventajas Competitiva. [Documento en línea]. Disponible: http://www.cepal.org/publicaciones/xml/6/14256/lcl1_864p.pdf. [Consulta 2015, octubre 05].

Universidad Yacambú (2007), Normas para la Elaboración y Presentación de los Trabajos Especiales de Grado, Trabajos de grado y tesis Doctorales. Barquisimeto, estado Lara.

Villamedia Z., y Brebesi L., (2006). Creciendo con el Turismo. Caracas: FUNDES.

Velázquez, M. G. (2005). Sociología de la Organización. (1era edición). México: Linease S.A.

Webber, R. (1995). La administración del tiempo temas de desarrollo general. Bogotá: Norma.



feduez

Fundación Editorial
Universidad Ezequiel Zamora