



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRÁCTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE  
CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN TURISMO**

**TÍTULO**

**PLAN DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA GASTRONÓMICA EN LAS  
HUECAS TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE MILAGRO.**

**Autora:** Pérez Vargas Keyla Monserrat

**Tutora:** Ing. Ortiz Zurita María José. MAE

**MILAGRO, ENERO 2017  
ECUADOR**

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es **Plan de capacitación turística gastronómica en las huecas tradicionales de la ciudad de Milagro**, presentado por la estudiante Pérez Vargas Keyla Monserrat, para optar al título de Licenciada en Turismo.

Milagro, a los 5 días del mes de enero del 2017



---

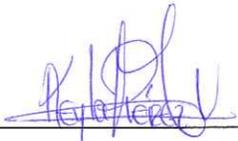
Ing. Ortiz Zurita María José

Cédula: 092467671-1

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 5 días del mes de enero del 2017



---

Pérez Vargas Keyla Monserrat

CI: 0922985320

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de grado y toda mi carrera universitaria está dedicado a Dios y a la Virgen Santísima por ser la luz en mi camino.

A mis padres, seres que más amo en este mundo, el Sr. Eduardo Pérez y la Sra. Raquel Vargas.

A mi hermano Ulises y mi tío Kleber por toda su dedicación y apoyo en todos mis años de estudio.

A mi Abuelita Hermelinda Guzmán (+) que celebra todos mis triunfos desde el cielo.

De la misma manera dedico este proyecto a mi novio quien supo entenderme en todo momento.

Keyla Monserrat Pérez Vargas

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar mis más sinceros agradecimientos a Dios y a la Virgen Inmaculada por darme su bendición y fortaleza necesaria para poder culminar lo que un día me planteé al inicio de mis estudios.

Así mismo expreso mi gratitud a la UNEMI, a los docentes que compartieron conmigo sus conocimientos; a mis compañeros con quienes compartí experiencias, alegrías, frustraciones, llantos, tristezas, peleas, celebraciones y fueron testigo de mi dedicación y esfuerzo.

A mi tutora Ing. María José Ortiz, por haberme tenido paciencia, por su comprensión y tiempo valioso otorgado, por la revisión y corrección de mi proyecto de investigación, así mismo por haberme aconsejado y apoyado con sus conocimientos lo que lograron la culminación exitosa del mismo.

Keyla Monserrat Pérez Vargas

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

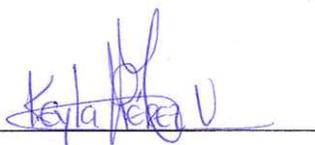
Fabrizio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **Plan de capacitación turística gastronómica en las huecas tradicionales de la ciudad de Milagro** y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 5 de enero del 2017



Pérez Vargas Keyla Monserrat

CI: 092298532-0

## **ABREVIATURAS**

OMT: Organización Mundial del Turismo

GAD: Gobierno Autónomo Descentralizado

## CONTENIDO

|   |      |
|---|------|
| ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....                            | ii   |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN..... | ii   |
| DEDICATORIA .....                                     | iv   |
| AGRADECIMIENTO .....                                  | v    |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....                      | vi   |
| ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL.....    | xii  |
| ABSTRACT.....   | xiii |
| INTRODUCCIÓN .....                                    | 1    |
| CAPÍTULO I.....                                       | 2    |
| EL PROBLEMA .....                                     | 2    |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                   | 2    |
| 1.1.1 DELIMITACIÓN .....                              | 3    |
| 1.2 .OBJETIVOS.....                                   | 3    |
| 1.2.1 OBJETIVO GENERAL .....                          | 3    |
| 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                     | 3    |
| CAPÍTULO II .....                                     | 4    |
| MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO .....                    | 4    |
| 2.1 MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL .....                 | 4    |
| 2.2 MARCO METODOLÓGICO.....                           | 7    |
| 2.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS .....                          | 8    |
| 2.5 RESULTADOS .....                                  | 8    |
| CAPÍTULO III.....                                     | 13   |
| PROPUESTA.....  | 13   |
| 3.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA .....                 | 13   |
| 3.1.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....                | 13   |
| 3.1.2 TEMA DE LA PROPUESTA .....                      | 13   |
| 3.1.3 ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN .....               | 14   |
| 3.1.4 CONTENIDO DE LAS UNIDADES.....                  | 15   |
| 3.1.5 RECURSOS.....                                   | 16   |

|   |    |
|---|----|
| 3.1.6 POLÍTICAS DE EVALUACIÓN .....             | 16 |
| 3.1.7 PERFILES DE MAESTROS (FACILITADORES)..... | 17 |
| 3.1.8 LUGAR DE LA CAPACITACIÓN .....            | 18 |
| 3.1.9 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....           | 18 |
| 3.1.10 CERTIFICADO DE CAPACITACIÓN .....        | 19 |
| 3.1.11 PRESUPUESTO .....                        | 19 |
| 3.2 CONCLUSIONES .....                          | 20 |
| 3.3 RECOMENDACIONES.....                        | 21 |
| BIBLIOGRAFÍA .....                              | 22 |
| APÉNDICES .....                                 | 24 |
| APÉNDICE 1. ....                                | 25 |
| APÉNDICE 2. ....                                | 26 |
| APÉNDICE 3. ....                                | 27 |
| APÉNDICE 4.....                                 | 29 |
| APÉNDICE 5. ....                                | 30 |
| APÉNDICE 6. ....                                | 31 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1.</b> Porcentaje de clientela satisfecha.....   | 10 |
| <b>Tabla 2.</b> Dificultades de crecimiento en la microempresa gastronómica .....                       | 10 |
| <b>Tabla 3.</b> Porcentaje de haber recibido algún tipo de capacitación de instituciones públicas ..... | 11 |
| <b>Tabla 4.</b> Porcentaje de capacitación para mejorar la calidad del servicio gastronómico.....       | 11 |
| <b>Tabla 5.</b> Implementación de un plan de capacitación turística.....                                | 12 |
| <b>Tabla 6.</b> Plan de capacitación turística gastronómica .....                                       | 14 |
| <b>Tabla 7.</b> Cronograma de Actividades.....  | 18 |
| <b>Tabla 8.</b> Contenido de las Unidades de la capacitación .....                                      | 15 |
| <b>Tabla 9.</b> Presupuesto de capacitación .....   | 19 |
| <b>Tabla 10.</b> Anexo: Guía de Observación .....   | 26 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1.</b> Sede de la capacitación .....     | 18 |
| <b>Figura 2.</b> Certificado de capacitación ..... | 19 |

## ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL

**Título:** Plan de capacitación turística gastronómica en las huecas tradicionales de la ciudad de Milagro.

### Resumen

El presente trabajo de investigación está enfocado al sector turístico del cantón Milagro, específicamente a las huecas gastronómicas tradicionales, debido al déficit en la atención al cliente, para lo cual se propone la aplicación de un plan de capacitación turística gastronómica. En este sector los negocios gastronómicos llevan muchos años en el mercado y por su tradición familiar son considerados como “huecas”. La información obtenida a través de la observación permitirá fundamentar la problemática central, conjuntamente con los antecedentes referenciales que facilitan la comprensión de este trabajo. También se aplicó una entrevista directa a los dueños de las huecas seleccionadas para este caso de estudio, de donde se recabó información idónea, para verificar que efectivamente el desconocimiento sobre la atención al cliente es una de las causas principales por las cuales su participación dentro de este mercado va a pasos lentos, motivo por el cual dio la pauta para establecer como propuesta un Plan de capacitación turística gastronómica en las huecas tradicionales de la ciudad de Milagro para impulsar la gastronomía típica de Ecuador y de esta localidad.

**Palabras clave:** Gastronomía, Turismo, Huecas, Capacitación

## **ABSTRACT**

In the present research work is focused on the tourist sector of the canton Milagro, specifically the hollow traditional gastronomic, due to the deficit in customer service, for which it is proposed the implementation of a gastronomic tourism training plan. In this sector, gastronomic businesses have been in the market for many years and are considered "hollow" by their family traditions. The information obtained through the observation will allow to base the central problem, together with the reference background that facilitate the understanding of this work. A direct interview was also applied to the owners of the hollows selected for this case study, from which adequate information was collected, to verify that the lack of knowledge about customer service is one of the main reasons why their participation within This market is in slow steps, which is why it set the tone for establishing a gastronomic tourist training plan in the traditional holes of the city of Milagro to promote the typical gastronomy of Ecuador and this locality.

**Keywords:** Gastronomy Tourism, Hollow, Training Food

## INTRODUCCIÓN

La gastronomía es un elemento importante en el desarrollo del turismo, debido a que la alimentación es parte integral del ser humano. Cada región suele tener platos con características diferentes, dependiendo de los recursos que predominan en el medio ambiente y que atraen a los visitantes.

Milagro, tiene una gastronomía variada y con características donde predominan platos costeños preparados como: el encebollado, ceviches, arroz marinero, sancocho de bagre, las carnes de cerdo, res o pollo con arroz y menestra, patacones, guatita, fritada, yapingacho, cuy asado y otros. Los lugares donde se los expende son poco atractivos y capacitados en el aspecto de cómo dar un buen servicio al cliente etc. A estos lugares se los identifica como “huecas tradicionales”, considerando el reconocimiento ciudadano y la cantidad de años que está en el mercado gastronómico de la ciudad.

El presente estudio de caso se desarrolló visitando los principales lugares que ofrecen una gastronomía típica o criolla, de donde se obtuvo información importante a través de entrevistas y observación, lo cual permite presentar una propuesta que promueva el desarrollo de las microempresas familiares denominadas “Huecas Gastronómicas” impulsando el turismo en la ciudad de Milagro.

La investigación se encuentra estructurada por capítulos, entre los que se encuentran:

**Capítulo I:** Se desarrolló las causas que inciden en la problemática central, su delimitación, planteamiento de objetivos investigativos que ayudaron a direccionar este estudio.

**Capítulo II:** Se estableció los tipos de investigación, métodos y técnicas que se utilizaron en este trabajo, donde la recolección de información que permitió justificar la propuesta.

**Capítulo III:** En este capítulo se desarrolló la propuesta de un plan de capacitación turística gastronómica, de esta manera mejorar las actitudes en el servicio de atención al cliente para potencializar el turismo local.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Ecuador es un país que cuenta con una gastronomía muy extensa dentro de sus cuatro regiones, como medio de estrategia para el turismo, para satisfacer las necesidades, exigencias y expectativas del visitante nacional o extranjero.

El presente estudio se centra en el sector turístico de la gastronomía donde las personas pueden encontrar todo tipo de comida propios de esta tierra, siendo importante la sazón, una excelente calidad y un ambiente agradable, características que garantizan la fidelización de las personas.

Milagro es una ciudad que se ubica en un lugar privilegiado de la costa ecuatoriana, cuenta con locales gastronómicos establecidos en lugares estratégicos de la parte urbana. La mayoría de los locales gastronómicos son negocios formados entre familiares, siendo fácil identificar a las personas que lo iniciaron y cuyas habilidades culinarias han hecho de esta microempresa una “hueca tradicional” cómo se las conoce. Sin embargo, no mantienen un crecimiento sostenido por diversas causas, siendo la falta de capacitación uno de los factores principales que afecta en el servicio de la atención al cliente, por tal motivo no brinda un servicio especializado, haciendo que las personas busquen otras alternativas para satisfacer sus necesidades.

### **1.1.1 Delimitación**

**País:** República del Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

**Área Geográfica:** El estudio se realizó en la zona urbana de la ciudad de Milagro, considerado desde la Av. Amazonas por el norte, hasta la Av. Jaime Roldós por el sur, y desde la Y de la Av. Colón por el este, hasta la Av. Pastaza en el oeste.

## **1.2 .Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Diseñar un plan de capacitación turística gastronómica en las huecas tradicionales de la ciudad de Milagro.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar cuál es el estado situacional de las “huecas” en la ciudad de Milagro, mediante la aplicación de algunas técnicas para la recolección de información.
- Fundamentar científicamente el estudio, mediante la obtención de información primaria y secundaria de teorías planteadas en artículos científicos y textos relacionados al tema.
- Elaborar un plan de capacitación para los propietarios y personal que labora en los locales gastronómicos reconocidos como “huecas”, en la ciudad de Milagro.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO**

#### **2.1 Marco Teórico y Referencial**

##### **Turismo**

Según el libro Introducción al Turismo “Proviene de Tour o turn, derivado del verbo latino tornare que se deriva a su vez del sustantivo tornus, que significa volver, girar o retornar, en suma quiere decir ir y volver”. (Di-bella, pág. 14)

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT):

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2012)

##### **Gastronomía**

Según Gutiérrez Alba menciona que:

“El término de gastronomía a nivel mundial se escucha desde las primeras civilizaciones que datan hace 5000 a. c. destacándose pueblos que se situaron en Mesopotamia, Grecia, Egipto, Persia, entre otros, donde el arte culinario muestra una característica diferente de su cultura, su forma de vivir o pensar, gracias a los restos arqueológicos podemos conocer recetas, métodos de conservación, cocción, y así aprender el legado de la culturas antiguas”. (Cecilia, 2015)

De acuerdo al el libro Gastronomía y Nutrición menciona que: “La gastronomía se ha convertido en los últimos años en un elemento de goce para los sentidos donde no se trata solo de comer, si no de degustar y disfrutar la calidad y variedad de los ingredientes que se conjugan en un platillo”. (Monzó, 2011, pág. 46)

### **Turismo Gastronómico**

De acuerdo a Fandos & Blanco menciona que el turismo gastronómico es “Una actividad del turista o visitante que planea sus viajes parcial o totalmente para degustar la gastronomía del lugar o realizar actividades relacionadas con la gastronomía”. (Blanco, 2011, pág. 14)

### **La gastronomía típica en el Ecuador**

Según el Ministerio del Turismo, (2014):

“La gastronomía ecuatoriana se encuentra enriquecida por una infinita pluriculturalidad, debido a su diversidad climática, así como la dotación de un sin número de especias y productos que forman parte de su producción agrícola en cada zona, lo que hace más fructífera la elaboración de los famosos platos típicos que son el deleite para propios y extraños”. (Ministerio de Turismo, 2014)

### **El cantón Milagro y su gastronomía**

Milagro es una ciudad situada en el centro de la costa ecuatoriana, tiene una variedad de clima dependiendo de las estaciones del invierno y el verano. Su potencial productivo se encuentra en el área rural, siendo un sector enfocado a la producción agrícola. La población está constituida por familias costeras y alto porcentaje proveniente de la sierra, motivando una diversidad gastronómica.

Es muy común encontrar comida de montaña y al mismo tiempo puramente comida costera. Desde el encebollado, los ceviches, cangrejos, pescados fritos y otros platos con mariscos, hasta el yapingacho, el caldo de la pata la guatita que vienen de la sierra y otros platos puramente costeros como seco de chivo, seco de pollo, arroz con estofado y carnes.

Aunque la gastronomía local es muy diversa, Milagro no tiene una comida especial que se considera de su exclusividad, sino que combina una gran variedad de platos típicos que se pueden encontrar en otras ciudades del país.

## **Huecas**

Según el Diario la Hora menciona que:

“En el Ecuador Hueca es un pequeño restaurante, se diferencia de los restaurantes y cafeterías porque en ella la comida se ofrece bajo el esquema de comida rápida regional, conocidos también como los antojitos o agachaditos comúnmente, que consiste en platos muy elaborados e inspirados en la cocina ecuatoriana”. (Orozco)

Es decir, las huecas son pequeños negocios familiares ubicados en la urbe de las ciudades, donde las personas pueden degustar diferentes platos típicos de comida ecuatoriana, a buen precio y con un excelente servicio, donde su buen saber hace que los clientes regresen.

## **Plan de Capacitación**

Según Dessler Gary: “La capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo” (Gary). Mientras que en el libro Administración y gastronomía establece que: “Cada día se necesita más capacitar a gente nueva. El avance tecnológico y los problemas sociales requieren que las personas estén mejor preparadas en todos los aspectos para enfrentarse con éxito al mundo actual”. (Anaya, 2012, pág. 83)

## **Servicio al cliente**

Según el libro de Proceso de servicio de Restaurantes el servicio es:

“el proceso por el cual se atiende a los clientes que demandan una serie de atenciones y elaboraciones gastronómicas siempre buscando su satisfacción de necesidades. Debemos tener en cuenta que cuando unos clientes solicitan nuestro servicio no es solo por una demanda de alimentos sino también de atenciones e información que debemos de ofrecer”. (Castellano, 2012, pág. 114)

Sin embargo el libro Técnicas de servicio en el restaurante menciona que:

“el servicio es una serie de actividades o procedimientos, de naturaleza esencialmente intangible, enfocado a generar relaciones interpersonales afectivas que garanticen en el cliente un conjunto de experiencias, sensaciones y

sentimientos capaces de superar las expectativas creadas, con la finalidad de fidelizarlos”. (Cabrera, 2016, pág. 34)

## **Definición Planificación Gastronómica y Turística**

Según el Dr. Antonio Montesinos menciona que:

“Plan general integrado con programas y proyectos con una visión de largo plazo, metódicamente organizado con un proceso científico sistemático y flexible que fija directrices, para tomar decisiones adecuadas, evitar la improvisación, bajos resultados y garantizar el logro de objetivos que reporten beneficios socioeconómicos y desarrollo a la sociedad receptora, manteniendo al mismo tiempo la sostenibilidad gastronómica y turística de un país, región, localidad, comunidad o sitio”. (Montecinos, 2013)

## **2.2 Marco Metodológico**

El diseño metodológico se enfocó en el tipo de investigación descriptivo, puesto que intervienen procesos importantes de los cuales se busca identificar los factores que inciden en la deficiencia del servicio en la atención al cliente en las huecas gastronómicas del cantón Milagro, para lograr los objetivos planteados se hace necesario fundamentar el marco teórico y posteriormente determinar los componentes que forman parte de este estudio. (Hernandez Sampieri, 2010)

## **2.3 Población y Muestra**

La población objeto de estudio se basó en la información proporcionada por el departamento de turismo de la ciudad de Milagro y se tomó como población sólo ocho de los múltiples locales que existen en la ciudad ya que cumplen con las condiciones para ser considerados “huecas tradicionales”.

### **Muestra**

Por lo tanto, se tomó como muestra a los ocho locales designados previamente, no siendo necesario la aplicación de la fórmula para encontrar la muestra.

## 2.4 Métodos y Técnicas

Los métodos teóricos o empíricos que fueron utilizados son la observación, orientada a prestar atención a la imagen, presentación del plato, servicio al cliente. Otra técnica usada fue la entrevista, aplicada a los propietarios de las huecas.

**Método de Observación:** Se utilizó el método de la observación en esta investigación ya que es empírico y mediante esta se puede visualizar el entorno de las huecas gastronómicas involucradas. Por medio de la observación se despierta el interés de buscar solución a posibles problemas en el sector.

**Método analítico-sintético.-** El trabajo de investigación será analítico porque se trabajará a través de la observación del problema, y sintético porque lo hará a través de entrevistas las propietarios de las huecas gastronómicas seleccionadas dentro de este estudio.

**Técnicas.-** La técnica que se utilizó en este estudio es la entrevista, instrumento que permitió recabar información idónea para fundamentar el proyecto la cual fue realizada a los propietarios de las Huecas Tradicionales de la ciudad de Milagro.

## 2.5 Resultados

Mediante los diferentes métodos y técnicas aplicados a los dueños de las Huecas Gastronómicas se logró diagnosticar el estado situacional de cada una de ellas teniendo como resultado 8 huecas gastronómicas que cumplen con las condiciones para ser consideradas “Huecas tradicionales” según el reglamento de la Asociación del Chefs de la Provincia del Guayas.

**Los resultados obtenidos mediante el método de observación son los siguientes:**

Se pudo evidenciar que las huecas cuentan con infraestructuras adecuadas, pero en relación al servicio no están aplicando un buen trabajo, situación que genera una disminución de visitantes.

Todos los precios de los platos típicos ofrecidos en las huecas gastronómicas están entre 3 a 5 dólares y las mismas funcionan durante en día.

Todos los negocios pasaron de generación en generación, constituyéndose en negocios familiares y el 100% de los platos ofrecidos en las huecas son comida ecuatoriana o comida Criolla y cuentan con todos sus permisos de funcionamiento al día.

## ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

### 1. ¿Considera usted que tiene una clientela satisfecha y fiel a su negocio?

**Tabla 1** *Porcentaje de clientela satisfecha*

|       | # de Huecas Tradicionales | Porcentaje |
|-------|---------------------------|------------|
| SI    | 3                         | 38%        |
| NO    | 5                         | 63%        |
| Total | 8                         | 100%       |

**Elaborado por:** Keyla Pérez

**Fuente:** Entrevista

**Análisis:** Según las entrevistas a los 8 propietarios de las huecas tradicionales el 38% considera que tiene una clientela satisfecha y fiel a su negocio, mientras que el 60% considera que no tiene un clientela satisfecha.

### 2. ¿Cuáles son las principales dificultades que considera usted le han impedido un mayor crecimiento en su microempresa gastronómica?

**Tabla 2.** *Dificultades de crecimiento en la microempresa gastronómica*

| Dificultades            | # de Huecas Tradicionales | Porcentaje |
|-------------------------|---------------------------|------------|
| Falta de turismo        | 2                         | 25%        |
| Falta de Capacitaciones | 6                         | 75%        |
| Total                   | 8                         | 100%       |

**Elaborado por:** Keyla Pérez

**Fuente:** Entrevista

**Análisis:** Según las entrevistas a los 8 propietarios de las huecas tradicionales el 25% consideran que la falta de turismo en la Ciudad de Milagro ha impedido un crecimiento en su microempresa gastronómica mientras que el 75% considera que la falta de capacitación a sus locales es su mayor impedimento para el crecimiento del mismo.

**3. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación de las instituciones como el GAD Municipal, GAD provincial o del Ministerio de Turismo?**

**Tabla 3.** *Porcentaje de haber recibido algún tipo de capacitación de instituciones públicas*

|       | # de Huecas Tradicionales | Porcentaje |
|-------|---------------------------|------------|
| SI    | 0                         | 0%         |
| NO    | 8                         | 100%       |
| Total | 8                         | 100%       |

**Elaborado por:** Keyla Pérez  
**Fuente:** Entrevista

**Análisis:** Según las entrevistas el 100% de los propietarios no han recibido ningún tipo de capacitación de parte de las instituciones como el GAD municipal, GAD provincial o del Ministerio de Turismo.

**4. ¿Cree usted que se necesita capacitación para mejorar la calidad del servicio gastronómico en su negocio reconocido como “hueca tradicional?”**

**Tabla 4.** *Porcentaje de capacitación para mejorar la calidad del servicio gastronómico*

|       | # de Huecas Tradicionales | Porcentaje |
|-------|---------------------------|------------|
| SI    | 8                         | 100%       |
| NO    | 0                         | 0%         |
| Total | 8                         | 100%       |

**Elaborado por:** Keyla Pérez  
**Fuente:** Entrevista

**Análisis:** Según las entrevistas el 100% de los propietarios necesitan capacitaciones para mejorar la calidad del servicio gastronómico en su negocio.

**5. ¿Considera necesaria la implementación de un plan de capacitación turística gastronómica que sea dirigido para todo el personal de su negocio?**

**Tabla 5.** *Implementación de un plan de capacitación turística*

|       | # de Huecas<br>Tradicionales | Porcentaje |
|-------|------------------------------|------------|
| SI    | 8                            | 100%       |
| NO    | 0                            | 0%         |
| Total | 8                            | 100%       |

**Elaborado por:** Keyla Pérez

**Fuente:** Entrevista

**Análisis:** Según las entrevistas los 8 propietarios de las huecas tradicionales consideran necesaria la implementación de un plan de capacitación turística gastronómica que sea dirigido a todo el personal de su establecimiento.

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA**

#### **3.1 Descripción de la Propuesta**

El diseño de la propuesta que se detalla a continuación, servirá como herramienta imprescindible para alcanzar el desarrollo adecuado de las funciones diarias de las huecas tradicionales de la Ciudad de Milagro, volviéndose una guía tanto para el personal como para el propietario del lugar, mejorando el servicio en general para el cliente por ende impulsando el turismo gastronómico de la ciudad.

#### **3.1.1 Desarrollo de la propuesta**

El presente plan de capacitación es aplicable a los propietarios y personal que labora en las huecas gastronómicas, ubicadas en el cantón Milagro. A través de esta propuesta se pretende elevar conocimientos en el ámbito turístico gastronómico, actitudes en el servicio de atención al cliente y fortalecer las aptitudes de cada uno de los participantes para potenciar el turismo local.

#### **3.1.2 Tema de la Propuesta**

Diseñar un plan de capacitación turística gastronómica en las huecas de la Ciudad de Milagro.

**Tabla 6. Diseño del Plan de capacitación turística gastronómica**

| <b>PLAN DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA GASTRONÓMICA</b> |  |
|--|--|
| <b>OBJETIVO GENERAL DE LA CAPACITACIÓN</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar a los propietarios y empleados de los lugares considerados como “Huecas tradicionales en la ciudad de Milagro.</li> </ul>   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar los conocimientos requeridos en áreas especializadas de la actividad turística gastronómica.</li> <li>• Motivar al personal a capacitarse constantemente para brindar un servicio de calidad.</li> <li>• Mejorar su desarrollo turístico a través del turismo gastronómico</li> </ul>     |
| <b>CONTENIDO DE LA CAPACITACIÓN</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al Turismo (5Horas)</li> <li>• Protocolo y Etiqueta (5Horas)</li> <li>• Demanda Turística ( 5 Horas)</li> <li>• Servicio al Cliente (5Horas)</li> <li>• Seguridad Alimentaria (5 Horas)</li> <li>• Técnicas de Emplatado (5Horas)</li> </ul> <p><b>Total de Horas ( 30Horas)</b></p> |
| <b>HORARIOS DURACIÓN TOTAL DE HORAS</b>            | <p>Martes de 13h00 – 18h00 pm</p> <p>Mes y medio</p> <p>30 Horas</p>   |
| <b>FORMAS DE IMPARTIR LA CAPACITACIÓN</b>          | <p>Capacitación Semanal</p> <p>Material físico de Apoyo</p> <p>Material Virtual</p>  |
| <b>LUGAR DE LA CAPACITACIÓN</b>                    | <p>Talleres prácticos</p> <p>Cámara de Comercio de Milagro Av. García Moreno y Chile 219 /esquina</p>  |

Elaborado por: Keyla Pérez

### **3.1.3 Estrategias de capacitación**

Las estrategias de capacitación que serán utilizadas son las siguientes

- Talleres prácticos (Individuales o Grupales)
- Exposiciones ( Diálogo)
- Presentación de casos de estudio relacionados a la unidad a estudiar.
- Desarrollo de trabajos prácticos.
- Evaluaciones parciales y finales.

### 3.1.4 Contenido de las unidades

**Tabla 7.** *Contenido de las Unidades de la capacitación*

| <b>Unidades</b>                            | <b>Descripción</b>  | <b>Tiempo</b> | <b>Estrategias</b>   | <b>Responsable</b> |
|--|---|---------------|--|--------------------|
| <b>Unidad 1</b><br>Introducción al Turismo | Introducción teórica de los conceptos básicos del Turismo.  | 5 Horas       | Exposiciones<br>Talleres prácticos (Individuales o Grupales) | Capacitador        |
| <b>Unidad 2</b><br>Protocolo y etiqueta    | Buenos modales con el cliente.<br>Imagen personal.<br>Etiqueta en la mesa.  | 5 Horas       | Exposiciones<br>Talleres prácticos (Individuales o Grupales) | Capacitador        |
| <b>Unidad 3</b><br>Demanda Turística       | Demanda turística en el sector gastronómico.  | 2 Horas       | Exposiciones<br>Talleres prácticos (Individuales o Grupales) | Capacitador        |
| <b>Unidad 4</b><br>Servicio al Cliente     | Importancia del servicio al cliente.<br>Servicio pre-venta y post-venta.<br>Servicio al cliente para general lealtad. | 5 Horas       | Exposiciones<br>Talleres prácticos (Individuales o Grupales) | Capacitador        |
| <b>Unidad 5</b><br>Seguridad Alimentaria   | Estudio de todos los peligros asociados a la producción, procesado, venta y consumo de alimentos.                     | 5 Horas       | Exposiciones<br>Talleres prácticos (Individuales o Grupales) | Capacitador        |
| <b>Unidad 6</b><br>Técnicas de Emplatado   | Armonía de cortes, porciones y tamaños.   | 5 Horas       | Exposiciones<br>Talleres prácticos (Individuales o Grupales) | Capacitador        |

**Elaborado por:** Keyla Pérez

### 3.1.5 Recursos

**Humanos:** Lo conformaran los capacitadores, facilitadores, participantes y expositores especializados en la materia.

#### **Materiales**

**Infraestructura:** La capacitación será desarrollada en un ambiente adecuado y en instalaciones debidamente equipadas.

**Equipos y Mobiliario:** Estará conformado por mesas de trabajo, carpetas, bolígrafos, lápices, proyectores, sillas, aires acondicionados etc.

### 3.1.6 Políticas de evaluación

- La capacitación tendrá 2 modalidades de evaluación: 80% Asistencia y 70% aprobación de cada una de las unidades de la capacitación.
- La capacitación será guiada por docentes especializados en las áreas turísticas, gastronómicas y servicio al cliente.
- Se aplicará una evaluación al terminar cada unidad para al final obtener un promedio global.

#### **Competencias específicas:**

Al finalizar la capacitación, los participantes podrán:

- Reconocer los aspectos básicos del servicio al cliente y su impacto en el turismo local.
- Demostrar excelencia en las relaciones interpersonales.
- Mantener una imagen profesional.
- Reconocer la armonía de los cortes, porciones y tamaños al momento de elaborar los platos a servir.

### **3.1.7 Perfiles de maestros (facilitadores)**

- Licenciado en Turismo o Chef Nacional/Internacional
- Experiencia mínima de 2 años como capacitador
- Capacidad para manejar una variedad de técnicas de aprendizaje en grupo (estilo taller de aula).
- Demuestra un amplio conocimiento del sector de la disciplina que enseña y del sector turístico.
- Se identifica con la filosofía del proyecto.
- Establecer buenas conexiones con los contenidos y aspectos prácticos de los módulos que desarrolla. Crea un espacio favorable para el aprendizaje, tiene empatía con los estudiantes para facilitar el aprendizaje.
- Tener relaciones con el sector de la hospitalidad, el turismo y la gastronomía para facilitar el vínculo entre el aprendizaje, la práctica.

#### **Evidencia de rendimiento:**

- Productos del trabajo beneficiario.
- Evidencia de los procesos involucrados.
- Portafolio.

#### **Evidencias de conocimiento**

- Exámenes orales y escritos.
- Contribuciones a las discusiones.
- Evidencia del conocimiento y principios observados en el desempeño.

Además de los criterios previamente establecidos en la unidad del servicio al cliente se destacó en los siguientes aspectos:

**Evaluación actitudinal:** se basa en el desarrollo de los beneficiarios durante la unidad y tuvo en cuenta tres variables:

- Interés demostrado.
- Participación de clase y trabajo en equipo.
- Expresión oral.

### 3.1.8 Lugar de la capacitación



**Figura 1** Sede de la capacitación

Fuente: Google Imágenes

### 3.1.9 Cronograma de Actividades

**Tabla 8** Cronograma de Actividades

| Actividades                                     | Semanas |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
|---|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
|   | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Elaboración del plan de capacitación            | X       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Preparación de clases y elaboración de recursos |         | X |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Inauguración de la Capacitación                 |         |   | X |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Capacitaciones                                  |         |   |   | X | X | X | X | X | X |    |    |    |
| Clausura  |         |   |   |   |   |   |   |   |   | X  |    |    |
| Seguimiento                                     |         |   |   |   |   |   |   |   |   |    | X  | X  |

Elaborado por: Keyla Pérez

### 3.1.10 Certificado de capacitación



## *Certificado de capacitación*

*Se certifica que*

*Ha completado satisfactoriamente el curso de capacitación  
Jurística Gastronómica con un total de 30 horas.*

*Milagro \_\_\_ de \_\_\_ del \_\_\_*

*Director de la capacitación*

*Capacitador*

**Figura 2** Certificado de Capacitación

Elaborado por: Keyla Pérez

### 3.1.11 Presupuesto

**Tabla 9** Presupuesto de capacitación

| Cantidad     | Descripción              | Costo Unitario | Costo Total |
|--------------|--------------------------|----------------|-------------|
| 6            | Costo por capacitación   | 40             | 240         |
| 1            | Laptop                   | 200            | 200         |
| 1            | Local de la capacitación | 200            | 200         |
| 2            | Papel bond resma         | 3              | 6           |
| 2            | Perforadora              | 3              | 6           |
| 2            | Grapadora                | 3              | 6           |
| 10           | Carpetas                 | 4              | 40          |
| 2            | Tacho de basura          | 5              | 10          |
| 24           | Bolígrafos               | 0,5            | 12          |
| 2            | Caja de grapas y clips   | 1              | 2           |
| 1            | Proyector                | 200            | 200         |
| 100          | Impresiones/ copias      | 0,3            | 30          |
| 30           | Certificados             | 0,5            | 15          |
| <b>TOTAL</b> |                          |                | <b>967</b>  |

Elaborado por: Keyla Pérez

### 3.2 Conclusiones

- En la actualidad los servidores turísticos, están dispuestos y de acuerdo en que deben ser capacitados, con el fin de mejorar su situación socioeconómica y diferenciarse de la competencia existente y la que desea incursionar en esta actividad.
- Las capacitaciones que se implementan en el sector turístico de las huecas gastronómicas del cantón Milagro, no deben centrarse en un sector específico, sino que deben dirigirse de una manera general, donde se potencien, las virtudes del mismo y sus errores puedan ser corregidos.
- La Dirección de Turismo y la Cámara de Turismo no realizan capacitaciones periódicas a los servidores, un cierto abandono de los mismos hacia este sector.
- La mayoría de los turistas que visitan las huecas gastronómicas no reciben atención y servicio adecuados, lo que se refleja en el consumo de estos servicios, afectando el aspecto económico del sector turístico.

### 3.3 Recomendaciones

- La elaboración de un plan de capacitación estratégico en las huecas gastronómicas del cantón Milagro en especial con los servidores turísticos , que son la carta de presentación frente al turismo nacional e internacional. Para ello se recomienda efectuar talleres con la participación de prestadores de servicios turísticos y comunidades de base.
- Respecto de las temáticas de capacitación, determinadas materias constituyen un requerimiento, en general, para todos los destinos que aspiren a un desarrollo desde el punto de vista del turismo, los cuales deben ser evaluados y acreditados a través de certificados o diplomas.
- Los organismos gubernamentales, municipios y otros organismos privados pueden constituir una fuente de financiamiento para programas de capacitaciones en conjunto con los propios organismos técnicos capacitadores, para fortalecer la atención al visitante que gusta de la gastronomía que ofrecen las huecas gastronómicas del cantón.
- Por medio del plan de capacitación se podría concientizar y educar a los servidores turísticos del sector, para optimizar sus destrezas y mejorar sus competencias al momento de la atención y servicio al cliente, al reflejarse los mismos en el aspecto económico, ya que un cliente bien atendido regresa y consume más servicios.

## Bibliografía

- Anaya, E. S. (2012). *Administración y gastronomía*. Mexico: Trillas.
- Asociación nacional de operaciones de turismo receptivo del Ecuador. (2012). *Asociación nacional de operaciones de turismo receptivo del Ecuador*. Recuperado el 17 de Enero de 2015, de <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- Blanco, F. &. (2011). *Turismo Gastronomico*.
- Bolaños, E. *Estadísticas para el desarrollo Tecnológico*. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de [http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/tizayuca/gestion\\_tecnologica/muestraMuestreo.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf)
- Cabrera, A. d. (2016). *Técnicas de servicio en Restaurante*. Guayaquil.
- Castellano, I. (2012). *Proceso de servicio de Restaurantes*. España.
- Cecilia, G. (04 de Junio de 2015). *Historia de la Gastronomía*. Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Historia\\_de\\_la\\_gastronomia.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Historia_de_la_gastronomia.pdf)
- Di-bella, M. G. (s.f.). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
- Gary, D. (s.f.). *Administración del personal*. Mexico: Pearson Education.
- Gómez, H. *Servicio de atención al cliente*. Recuperado el 17 de Enero de 2015, de [http://importacionesan.blogspot.com/2011\\_05\\_01\\_archive.html](http://importacionesan.blogspot.com/2011_05_01_archive.html)
- González García, R. (2011). *Referentes teóricos de la capacitacopm de los cuadro*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/902/REFERENTES%20TEORICOS%20DE%20LA%20CAPACITACION%20DE%20LOS%20CUADROS.htm>
- Hernandez Sampieri, R. *Metodología de la Investigación*. Madrid: Edins S.A.
- La Hora. (19 de Octubre de 2015). *Ecuador deleita tu paladar con su diversidad culinaria*. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101875651>
- Ministerio de Turismo. (5 de Marzo de 2013). *El turismo y su importancia*. Recuperado el 3 de Marzo de 2015, de [www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-registro-a-establecimientos-turismo/](http://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-registro-a-establecimientos-turismo/)
- Ministerio de Turismo. (2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/la-gastronomiaecuatoriana-al-alcance-de-todos/>

- Montas Ramirez, F. A. *Origen y evolución del servicio de alimentos y bebidas*. Digicentro Famal.
- Montecinos, A. (6 de Julio de 2013). *Peregrino Gastrósofo*. Obtenido de <https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>
- Monzó, J. M. (2011). *Gastronomía y Nutrición*. Madrid: Síntesis.
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2012). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Recuperado el 16 de Enero de 2015, de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Organización Turística de restaurantes. *Organización Turística de restaurantes*. Recuperado el 19 de Enero de 2015, de <http://www.fehr.es/documentos/productos/capitulos/cap-32.pdf>
- Orozco, J. (s.f.). Diario La Hora. *Un delicioso "agachadito", una tradición Ecuatoriana*. Obtenido de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/896552/-1/Un\\_delicioso\\_%E2%80%98agachadito%E2%80%99,\\_una\\_tradici%C3%B3n\\_ecuatoriana.html#.WEmQArmGMRU](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/896552/-1/Un_delicioso_%E2%80%98agachadito%E2%80%99,_una_tradici%C3%B3n_ecuatoriana.html#.WEmQArmGMRU)
- Q, R. *Elementos del Turismo*. Costa Rica : Universidad Estatal a distancia San Jose.
- Romero Aiyar, R. (2013). *Historia y evolución gastronómica en México*. Madrid: Dastin.
- Tamayo, M. El proceso de investigación científica. En T. Mario, *El proceso de Investigación Científica* (pág. 23). Limusa.
- Torre. (2012). *Turismo actividad Mundia*. Mexico: Trillas.
- Vásquez, G. (30 de Mayo de 2013). Hoy inicia festival gastronómico de México. *El Universo*, págs. 34-37.

# APÉNDICES

# APÉNDICE 1.

## ANÁLISIS DE ANTIPLAGIO



### Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** PLAN DE CAPACITACION KEYLA.docx (D24186780)  
**Submitted:** 2016-12-08 20:54:00  
**Submitted By:** keylamonse31@gmail.com  
**Significance:** 3 %

#### Sources included in the report:

CasoPlan Capacitacion BPM Diana.docx (D24186210)  
noname.txt (D9520349)  
TESIS ACTUAL CORREJIDAAA.docx (D11760320)  
<http://documents.mx/documents/capacitacion-en-turismo.html>  
<https://prezi.com/s0jxpulgm0rs/gastronomia-griega-y-romana/>

#### Instances where selected sources appear:

6

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Keyla".

08-12-2016  
MARÍA JOSÉ ORTEGA

## APÉNDICE 2.

Tabla 10 Anexo: Guía de Observación



### GUÍA DE OBSERVACIÓN

|  | Muy Bien | Bien | Regular | Mal | Muy Mal |
|--|----------|------|---------|-----|---------|
| Nombre del local                                 |          |      |         |     |         |
| Producto estrella                                |          |      |         |     |         |
| Años en el mercado                               |          |      |         |     |         |
| Atención al cliente                              |          |      |         |     |         |
| Tiempo de espera del producto                    |          |      |         |     |         |
| Comodidad  |          |      |         |     |         |
| Presentación del plato                           |          |      |         |     |         |
| Calidad de los productos (Sabor, textura, etc.). |          |      |         |     |         |
| Limpieza del local                               |          |      |         |     |         |
| Relación Calidad- Precio                         |          |      |         |     |         |

**Elaborado por:** Keyla Pérez

**APÉNDICE 3.**  
**MODELO DE ENTREVISTA**



Universidad Estatal de Milagro  
Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales  
Licenciatura en Turismo

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS LOCALES  
GASTRONÓMICOS CONSIDERADOS “HUECAS” EN LA CIUDAD DE MILAGRO**

El objetivo de esta entrevista es conocer las fortalezas y debilidades que tienen los locales y las facilidades a las que acceden los propietarios para mejorar el servicio que ofertan las “huecas”. Agradecemos vuestra valiosa colaboración que se revertirá en beneficio de los entrevistados.

¡Gracias!

Establecimiento: \_\_\_\_\_

Propietario: \_\_\_\_\_

**1. ¿Considera usted que tiene una clientela satisfecha y fiel a su negocio?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**2. ¿Cuáles son las principales dificultades que considera usted le han impedido un mayor crecimiento en su microempresa gastronómica?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**3. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación de las instituciones como el GAD Municipal, GAD provincial o del Ministerio de Turismo?**

\_\_\_\_\_

---

**4. ¿Cree usted que se necesita capacitación para mejorar la calidad del servicio gastronómico en su negocio reconocido como “hueca tradicional?”**

---

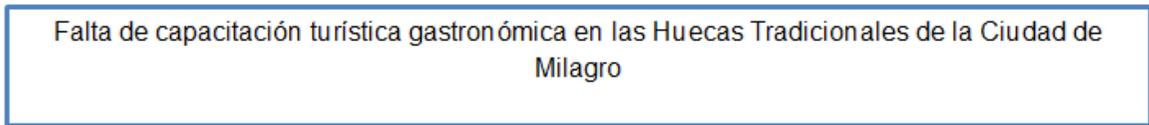
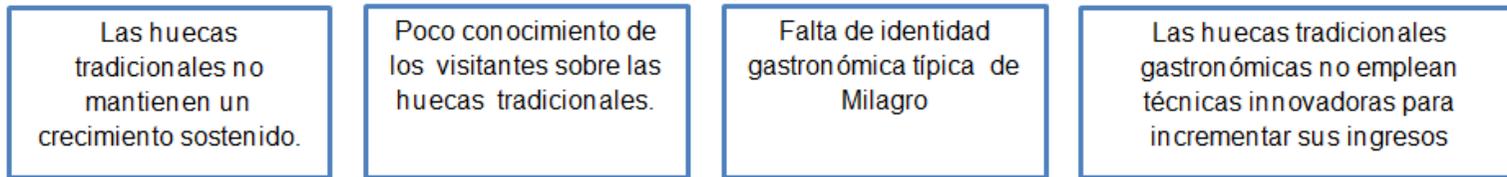
**5. ¿Considera necesaria la implementación de un plan de capacitación turística gastronómica que sea dirigido para todo el personal de su negocio?**

---

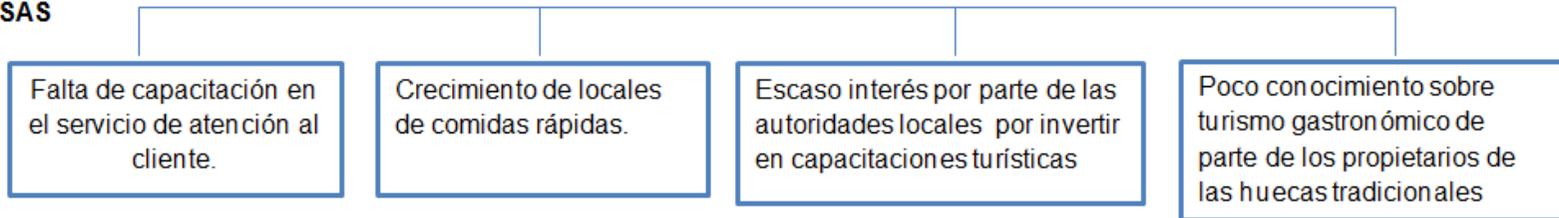
**APÉNDICE 4.**  
**ÁRBOL DEL PROBLEMA**

**EFFECTOS**

**ÁRBOL DEL PROBLEMA**



**CAUSAS**



## APÉNDICE 5.

### PLATOS TÍPICOS OFERTADOS EN LAS HUECAS GASTRONÓMICAS DEL CANTÓN MILAGRO

**PIQUEOS SALSAS Y BOLEROS**



**PICANTERÍA TIBIRI TABARA**



**PICANTERIA D'OSCAR**



**EL RINCÓN DEL SABOR**



**EL HORNADITO DE MAGALY**



**CONCHAL DE DON LUCHO**



**PICANTERÍA SARITA**



**MENESTRA DE MI ABUELITA**



## APÉNDICE 6.

### ENTREVISTAS A LOS DUEÑOS DE LAS HUECAS TRADICIONALES

#### PIQUEOS SALSAS Y BOLEROS



#### PICANTERÍA TIBIRI TABARA



#### PICANTERÍA D'OSCAR

