

**EL IMPACTO DEL TURISMO EN MERIDA:
UN ESTUDIO DEL EMPLEO DE MANO DE OBRA
EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Aura Mayela Márquez
Escuela de Administración
Contaduría Pública
Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales

Resumen.- El estudio de impacto turístico en cuanto al empleo es de vital importancia para cualquier comunidad, dada la naturaleza socio-económica intrínseca del mismo. En el Estado Mérida, hasta donde se tiene conocimiento, no existen estudios previos relacionados con este tema. En consecuencia, se ha desarrollado un trabajo con el propósito de describir, analizar y evaluar el empleo de mano de obra en los establecimientos de alimentos y bebidas de la región; sus realidades, evolución, características y perspectivas futuras, en un intento por realizar un estudio del impacto del turismo en esta actividad. La investigación es de carácter exploratorio-descriptivo, basada en técnicas documentales y de campo. El estudio ha permitido concluir que el personal empleado puede ser objeto de mayor atención por parte de los dueños o gerentes de los establecimientos y otros entes relacionados con la actividad turística para incrementar su capacitación y, por ende, la calidad del servicio.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, de cara al próximo milenio, en momentos donde se plantea en el ámbito internacional la tendencia a la globalización de los mercados, la integración económica, la conexión entre países mediante las “superautopistas” de información, la conformación y consolidación de grupos financieros multinacionales, la competitividad en la gestión de las organizaciones, el avance y sofisticación de la tecnología, entre otros, el desarrollo del turismo, con mayor razón, debe ser orientado con cuidado, esmero, estudio e integración de esfuerzos.

La anterior situación, generada como consecuencia de profundos cambios en el contexto social, económico, cultural y político de los países a lo largo del siglo veinte, ha ejercido y ejerce gran influencia en la actividad turística internacional, razón por la cual, el turismo de hoy no es el de ayer; el actual presenta características distintas que conllevan, obviamente, a una orientación y “manejo” del mismo en forma diferente, en consistencia con el marco global internacional.

El elemento humano es de vital importancia para las organizaciones turísticas y aquellas relacionadas con éstas; en consecuencia, todo lo concerniente al empleo de mano de obra es un aspecto de suma importancia para las mismas, el cual debe ser motivo de estudio, planificación, coordinación, promoción, control, regulación, fiscalización, gestión y evaluación por parte de ellas, a los fines de garantizar la mejor acción del mismo.

Con base en la realidad internacional del turismo y los retos que el mismo supone, surge la inquietud en cuanto a la realidad de la actividad turística en el Estado Mérida en general, y al empleo de mano de obra, en particular, dada la estrecha dependencia de una con respecto a la otra.

En el Estado Mérida, se percibe un permanente interés por parte de las diferentes organizaciones vinculadas con la actividad turística, por desarrollar la misma o, al menos, propiciar un mayor crecimiento que el observado hasta ahora; tratar de recuperar la posición que otrora ocupó Mérida en el acontecer turístico nacional. No obstante los intentos, la actividad no marcha al ritmo esperado; los resultados no son los previstos. Es lógico suponer, entonces, que algo está ocurriendo.

En el caso particular del empleo en turismo, el Estado Mérida ha contribuido con éste a través de la generación de puestos de trabajo, desde tiempo atrás. Sin embargo, pese al movimiento registrado a través de los años como consecuencia de las llegadas de turistas, tanto internos como provenientes del extranjero, el mismo no ha estado acompañado simultáneamente de estudios e investigaciones tendentes a analizar y evaluar el empleo, sus realidades, evolución, características, limitaciones y perspectivas futuras, desde un punto de vista global y sistemático.

Adicionalmente, no se han establecido mecanismos para la conformación de registros permanentes, suficientes y actualizados, en

cuanto al movimiento del empleo en la actividad turística del Estado Mérida.

De la misma forma, se observa un crecimiento en las instituciones docentes que forman recursos humanos en turismo. Sin embargo, pareciera que no todos ellos egresan suficientemente capacitados para ofrecer un servicio de calidad, dadas las fallas en la prestación del mismo, denunciadas en reiteradas oportunidades por diferentes personas, muchas de ellas, turistas que regresan descontentos a sus lugares de residencia habitual, como consecuencia de las experiencias desagradables vividas en esta entidad federal.

En ese orden de ideas, se realizó un estudio con el propósito de describir, analizar y evaluar la situación actual del empleo de mano de obra en los establecimientos de alimentos y bebidas del estado Mérida; su evolución, características y perspectivas futuras, con miras a determinar el impacto del turismo en el mismo y posibles acciones para su mejoramiento futuro.

Este trabajo forma parte de una investigación más amplia, en la cual se aborda el estudio del impacto del turismo en el empleo de mano de obra en la actividad turística del estado Mérida, la cual se encuentra en las últimas fases de su elaboración.

1 EL PROBLEMA

El desarrollo del turismo en el estado Mérida, al igual que en cualquiera otra comunidad, requiere, además de esfuerzos mancomunados, de planes, políticas, y normas, en los cuales pueda fundamentarse su canalización y consolidación, en el marco de la realidad turística internacional.

Para ello, se hace necesaria información suficiente, válida y confiable, acerca del movimiento, la realidad, y las perspectivas del turismo en la región. Dicha información, obviamente, debe ser obtenida mediante procesos confiables desde el punto de vista técnico-científico, en cuyo caso, puede facilitar, entre otras cosas, la conformación de estadísticas válidas para la promoción, planificación, control, evaluación, fiscalización, operación y orientación del turismo.

El desarrollo del turismo en una comunidad requiere, además, del análisis y la evaluación del impacto del mismo en ella, desde el punto de vista económico, social, tecnológico, cultural, ambiental y político, con lo cual se facilita la orientación de las acciones futuras en este sentido.

En el Estado Mérida se observa, entre otras cosas, escasez de estadísticas en cuanto al movimiento, la realidad y perspectivas futuras del turismo en la región; aunado a la poca y, a veces, inexistente información en cuanto al impacto de la actividad turística en la colectividad. Este hecho, obviamente, limita en gran medida, la definición racional y más idónea de las acciones futuras a seguir para la promoción y consolidación del desarrollo turístico regional.

El conocimiento de la realidad turística del estado Mérida y de sus perspectivas, puede facilitar así, la determinación, el análisis y la evaluación del impacto del turismo en la comunidad.

En ese orden de ideas, en el ámbito socio-económico es de vital importancia conocer, analizar y evaluar la incidencia del turismo en el empleo, por cuanto se desconoce la cuantificación y calificación de la mano de obra empleada en la actividad turística en el estado Mérida.

Esta situación ofrece limitaciones al desarrollo del turismo, en razón de que el factor humano es el más importante en esta actividad y el mismo requiere de capacitación y colocación adecuadas. Así lo plantea la Declaración de Caracas sobre el Turismo en los 90:

Un extenso sistema de recursos humanos, incluyendo el análisis de los requerimientos del mercado laboral, y los recursos necesarios para la capacitación técnica a nivel administrativo, empresarial y de los servicios básicos, es un requisito indispensable para establecer un programa turístico nacional. Los servicios receptivos eficaces son esenciales durante la estadía del visitante para realzar la experiencia de éste, especialmente en los puertos de entrada y salida, por medio de la traducción de idiomas extranjeros, servicios de guías, señales internacionales y facilidades para el cambio de divisas. (Venamcham, 1990).

Por otra parte, la actividad turística en el estado Mérida surge como consecuencia de los viajes efectuados por las personas desde su lugar habitual de residencia, con el propósito de realizar en la región cualquier actividad, excepto aquellas de carácter remunerativo.

La presencia de los "viajeros" en este Estado, origina una serie de servicios que los mismos requieren y los cuales deben ser satisfechos por personas naturales y/o jurídicas capacitadas y calificadas para ello.

La gama de los servicios demandados por los turistas varía según las necesidades de cada uno de ellos; en general, pudieran agruparse en varias categorías, en función de las necesidades. De esta forma, se citan entre otros, los servicios de alojamiento, alimentación y bebidas, transporte, información, seguridad, recreación, descanso, asistencia médica.

Como puede observarse, los servicios requeridos por los turistas deben ser cubiertos por individuos, quienes están en condiciones de satisfacer a esos consumidores en la medida en que éstos se encuentren suficientemente entrenados y capacitados en el área respectiva. Por esta razón, el turismo en el estado Mérida puede desarrollarse, si y sólo si, el personal empleado en él está suficiente y eficientemente calificado para desempeñarse en este campo. En razón de ello, se establece una relación entre la calidad del servicio turístico y la capacitación del personal.

En Mérida se desconoce la relación entre el turismo y el empleo, en los diferentes establecimientos, instituciones y organismos vinculados con la actividad turística en el Estado; es decir, la cuantificación y remuneración de la mano de obra empleada en la actividad turística; la calificación y estacionalidad del empleo en turismo; así como, los efectos del turismo en este aspecto. Aquí se incluyen las empresas de alojamiento turístico, agencias de turismo, establecimientos de alimentos y bebidas, empresas de transporte, organizaciones de recreación, organismos públicos, tiendas de artesanías y souvenirs, y otras organizaciones vinculadas con la actividad turística.

El conocimiento de tales variables facilitaría la planificación, orientación, promoción, fiscalización, regulación, control y

evaluación de la mano de obra empleada en turismo, a los fines de asegurar la calidad del servicio turístico.

En el caso particular de los establecimientos de alimentos y bebidas localizados en el estado Mérida, la situación antes planteada también se presenta en ellos. Se desconoce la relación entre el turismo y el empleo en los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas; es decir, la cuantificación y remuneración de la mano de obra empleada en esa actividad; la calificación y estacionalidad del empleo en turismo; así como, los efectos del turismo en este ramo.

La actividad de los establecimientos de alimentos y bebidas, comúnmente denominados restaurantes, se circunscribe en el contexto de la actividad turística. Así lo plantea Durón (1989), cuando asegura que la “restaurantería es una actividad profesional que representa un engranaje importante en la maquinaria turística del país...” (Durón, 1989).

La situación referida al elemento humano en los restaurantes es de crucial importancia para asegurar el buen funcionamiento de los mismos. En este sentido Durón expresa lo siguiente:

La industria alimenticia, como muchas otras, padece por la incapacidad del personal, no obstante que requiere de mucho personal comparada con otros negocios; esta situación provoca numerosos problemas, ya que precisamente el personal de niveles básicos es el que tiene contacto con la clientela e, independientemente, de los conocimientos elementales de servicio que ha de poseer, también debe caracterizarse por cuidar sus relaciones públicas, particularmente por su paciencia y don de gente, aspectos que deben tenerse en cuenta en la selección del personal (Durón, 1989).

Por las anteriores razones, se realizó un estudio para describir, analizar y evaluar la situación actual del empleo de mano de obra en los establecimientos de alimentos y bebidas del estado Mérida; su evolución, características y perspectivas futuras, con miras a determinar el impacto del turismo en el mismo y posibles acciones para su mejoramiento futuro.

2 METODOLOGÍA

2.1 NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es de naturaleza descriptiva, en razón de que busca conocer la realidad del empleo de mano de obra en el estado Mérida, en el sector de restaurantes; así como, sus repercusiones en el acontecer socio-económico del mismo. Este estudio forma parte de una investigación más amplia cuya finalidad está orientada a medir el impacto del turismo en esta entidad federal; enfocado desde el punto de vista del empleo de mano de obra en la actividad turística. Dicha investigación se encuentra en las últimas fases de su culminación.

Este trabajo, adicionalmente, es de carácter exploratorio, por cuanto hasta donde el autor tiene conocimiento, no se han realizado estudios previos en el estado Mérida, relacionados con el tema.

Asimismo, constituye una investigación de campo y documental, en virtud de que los datos requeridos, fueron obtenidos de la realidad estudiada, en la mayor parte de los casos, dada la escasez de bibliografía y/o hemerografía en esta materia; así como, de información existente en la Corporación Merideña de Turismo (CORMETUR), en cuanto al directorio de los establecimientos de alimentos y bebidas localizados en el Estado Mérida y registrados por dicho Organismo.

2.2 ÁREA GEOGRÁFICA

El área geográfica de este estudio estuvo circunscrita al Estado Mérida; para lo cual se dividió el mismo en áreas representativas, con base en dos criterios: a) movimiento turístico en las mismas, b) proporción demográfica y comercial de éstas, c) existencia de aeropuertos. En ese sentido, se obtuvieron las siguientes zonas:

- Zona de El Páramo, conformada por las localidades de Tabay, Mucuchíes, Apartaderos, Santo Domingo; adscritas a los Municipios Autónomos Santos Marquina, Rangel, y Cardenal Quintero, respectivamente.

- Zona del Valle de Mocotíes, conformada por las localidades de Santa Cruz de Mora, Tovar y Bailadores; correspondientes a los Municipios Autónomos Pinto Salinas, Tovar, y Rivas Dávila, respectivamente.
- Zona de El Vigía, dependiente del Municipio Autónomo Alberto Adriani.
- Zona de Mérida, conformada por las localidades de Mérida y El Valle, pertenecientes al Municipio Autónomo Libertador.

En consecuencia, a los efectos de seleccionar los establecimientos de alimentos y bebidas del estado Mérida, se eligieron las zonas de El Vigía y Mérida, en consideración a los criterios de mayor concentración demográfica y comercial en las mismas; así como, la existencia de aeropuertos en ellas.

La presente investigación fue realizada en el período comprendido entre febrero 1992 y octubre 1995.

2.3 SUJETOS DE ESTUDIO

Los sujetos de estudio definidos y seleccionados para alcanzar los objetivos propuestos, fueron distribuidos en los siguientes grupos:

1. Empresas empleadoras de mano de obra en establecimientos de alimentos y bebidas en el estado Mérida. De manera particular, los gerentes o dueños de dichas empresas, con el propósito de obtener datos particulares de esos establecimientos; aspectos generales y económicos de los mismos; asuntos relacionados con el personal empleado en éstos; y opiniones en cuanto a los programas de estudios en turismo que se ofrecen en el estado Mérida, y sobre la actividad turística de esta región, en general. A este Grupo se le denominó empleadores, para los efectos de este estudio.
2. Personas que se desempeñan en los establecimientos de alimentos y bebidas seleccionados. Estas personas fueron elegidas con el objeto de recolectar datos generales sobre cada uno de ellos; su formación profesional, su capacitación; así como, aspectos socio-económicos

de los mismos; ubicación y condición en el trabajo actual; y opinión de éstos en cuanto a los programas de estudios en turismo que se ofrecen en el estado Mérida, y sobre la actividad turística regional. Este grupo fue denominado empleados, para efectos del trabajo.

3 ESTUDIO MUESTRAL

3.1 MARCO MUESTRAL

El directorio de los establecimientos de alimentos y bebidas en el Estado Mérida, para julio-septiembre de 1994, según datos obtenidos de la Corporación Merideña de Turismo, estuvo conformado por 365 empresas.

3.2 TÉCNICAS MUESTRALES

A los efectos de seleccionar la muestra de establecimientos a ser estudiados, se aplicaron técnicas de muestreo estratificado.

3.3 CONSTRUCCIÓN DE LOS ESTRATOS

El método utilizado para la construcción de los estratos es el Dalenius-Hodges, y la variable auxiliar aplicada es el número de sillas que posee el establecimiento, por cuanto el número de sillas está altamente correlacionado con la capacidad y tamaño del mismo.

En ese sentido, se construyó una distribución de frecuencias del número de sillas de los establecimientos, de acuerdo a 11 intervalos.

Se usó la asignación de varianza mínima o asignación Neyma para determinar el tamaño muestral de 17 establecimientos.

La construcción de los estratos se realizó según el siguiente procedimiento:

a) Distribución de frecuencias

La distribución se puede apreciar en la tabla 1, descrita a continuación:

**TABLA 1
DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS
DEL NÚMERO DE SILLAS**

Intervalo	F	A	C	\sqrt{F}	$\sqrt{F * C}$	Acumulado $\sqrt{F * C}$
0-20	35	20	1	5.92	5.92	5.92
21-35	59	14	0.7	7.68	6.43	12.34
36-50	101	14	0.7	10.05	8.41	20.75
51-60	61	9	0.45	7.81	5.24	25.99
61-75	35	14	0.7	5.92	4.95	30.94
76-90	27	14	0.7	5.20	4.35	35.29
91-130	23	39	1.95	4.8	6.70	41.98
131-160	10	29	1.45	3.16	3.81	45.79
161-200	9	39	1.95	3.0	4.19	49.98
201-250	1	49	2.45	1.0	1.57	51.55
251-550	4	299	14.95	2.0	7.73	59.28

A: Representa la amplitud de la clase, es decir,
Límite Superior – Límite Inferior

C: Es la razón que existe entre la amplitud de la clase y la
Primera Clase, es decir:

$$C_i = A_i / A_1 ; \quad \therefore \quad A_i \text{ es la amplitud de la Clase} \\ y = 1, 2, \dots, 11$$

b) Distribución de los estratos

A los fines de contruir los estratos, se procedió de la siguiente forma:

1. Se dividió el total acumulado de $\sqrt{F * C}$ entre 4 ; es decir : $59,28 / 4 = 14,82$.

2. En la columna acumulado $\sqrt{F * C}$, se observa el valor más próximo, que es 12,34 y el límite superior de ese intervalo es 35; por tanto, el estrato es 0 – 35.
3. Luego, se multiplicó el valor 14,82 por 2 =29,64. Se observa en la columna acumulado $\sqrt{F * C}$ el valor más proximo, el cual es 30,94, y el límite superior de ese intervalo es 75; en consecuencia, el segundo estrato es 36 – 75.
4. Posteriormente, se multiplicó el valor 14,82 por 3; es decir, $14,82 \times 3 = 44,46$

El límite superior de ese intervalo es 160; de esa forma, el tercer estrato es 76-160.
5. Por complemento, el cuarto estrato es 161 – 550

De esa manera, los estratos son como se muestran en la tabla 2:

**TABLA 2
DISTRIBUCIÓN DE ESTRATOS**

Estrato	Frecuencia	Media	Varianza	Std	W₁
0-35	94	23,5	40,683	6,378	0,258
36-75	197	51,604	124,688	11.166	0,540
76-160	60	100,1	597,617	24,446	0,164
161-550	14	240,714	7118,527	84,371	0,038
Total	365	Total			

- Media Valor promedio de las sillas en el estrato
- Varianza Varianza de las sillas del estrato
- Std Desviación estándar de las sillas en el estrato
- W₁ Proporción de sillas en el estrato

El tamaño muestral (n) es:

$$n = \frac{\sum W_N S_N}{\left(\frac{e}{k}\right)^2 + \frac{1}{N} \sum W_n S_n^2}$$

W_n : Proporción de sillas en el estrato n(n = 1,2,3,4)

S_n Desviación estándar del estrato n)n = 1,2,3,4)

N Tamaño poblacional (N = 365)

e Error de estimación (se asume 7)

d Multiplicador de confianza (se asume 2)

$$n = 17$$

c) Distribución de la muestra

La muestra se distribuyó de la siguiente forma:

**TABLA 3
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**

Estrato	
0-35	$n_1 = (17) * (6,378) / 14,924 = 1,82 \cong 2$
36-75	$n_2 = 7$
76-160	$n_3 = 4$
161-550	$n_4 = 4$
Total	17

Los establecimientos de cada estrato, de acuerdo al tamaño de los mismos, fueron seleccionados con criterios opináticos del autor; sobre la base del tamaño de éstos, su antigüedad, localización geográfica y densidad demográfica de la zona.

La selección del segundo grupo de sujetos de estudio, es decir, los empleados de los establecimientos de alimentos y bebidas, se realizó sobre la base del número de empleados existentes en temporada baja, para el momento del estudio en los establecimientos. No se consideró la temporada alta en virtud de que el 4,71 por ciento del personal en esta época, es temporal, no fijo. En este sentido, los 17 restaurantes encuestados comprendieron un total de 170 trabajadores.

El total de trabajadores en los establecimientos para el momento del estudio se tomó como base para la selección de los empleados sujetos de estudio; de este número se consideró apropiado el 18,82 por ciento; por tanto, el número de empleados encuestados fue 32 personas. A su vez, se decidió elegir el 97 por ciento de los trabajadores, en los mismos establecimientos seleccionados en el grupo de empleadores, ubicados en las zonas de El Vigía y Mérida, a los fines de mantener cierta uniformidad en los datos recabados; adicionalmente, se dejó un 3 por ciento para ser aplicado en otra zona, en cuyo caso se eligió la del Valle del Mocotíes.

De esa forma, el grupo de empleados seleccionados estuvo conformada así:

**TABLA 4
DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPLEADOS
SELECCIONADOS PARA EL ESTUDIO**

Zona	Municipio	Frecuencia	Porcentaje
Mérida	Libertador	27	84,4
El Vigía	Alberto Adriani	4	12,5
Valle Mocotíes	Pinto Salinas	1	3,1
Total		32	100,0

4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los datos necesarios para desarrollar esta investigación fueron recolectados mediante la aplicación de las siguientes técnicas:

- a) Encuestas aplicadas a través de cuestionarios, para lo cual se diseñaron los siguientes instrumentos:

- **CUESTIONARIO TIPO A**

Los datos se recabaron en restaurantes, con el propósito de conocer el número, tipo, localización geográfica y características de los mismos; así como, los requerimientos actuales y futuros de mano de obra en estas organizaciones; y otros aspectos relacionados con el tema.

En ese contexto, se aplicaron 17 cuestionarios a gerentes o dueños de restaurantes, en consistencia con el tamaño de la muestra, antes descrita, ubicados en el estado Mérida.

De esa forma, los 17 cuestionarios fueron aplicados según la siguiente distribución:

Municipio Libertador	14	82.35 %
Municipio Alberto Adriani	3	17.65 %

- **Cuestionario tipo B**

Aplicado a personas que se desempeñan en establecimientos de alimentos y bebidas, localizados en el estado Mérida, con el propósito de obtener datos generales, personales, familiares, educativos, condición de empleo y económicos de los mismos; así como, su opinión en cuanto a los programas curriculares de los estudios en turismo ofrecidos en el estado Mérida, y a la actividad turística en general.

De esa forma, la distribución fue la siguiente:

Municipio Libertador	27	84,4 %
Municipio Alberto Adriani	4	12,5 %
Municipio Pinto Salinas	1	3,1 %

- b) Revisión de material bibliográfico y hemerográfico referente al tema objeto de estudio.

5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

El procesamiento de los datos obtenidos se realizó mediante la aplicación de las etapas que se indican a continuación:

- a) **Verificación:** Con el propósito de contrastar los datos recolectados con los previstos inicialmente, en el diseño de la investigación.
- b) **Selección y clasificación:** a los fines de ordenar los datos y disponerlos según los tipos de instrumentos utilizados y los sujetos de estudio, para hacerlos fácilmente manejables.
- c) **Codificación:** en virtud de la cantidad de variables en estudio y el volumen de los datos recolectados, se recurrió al uso del computador; para lo cual fue necesario asignar códigos a los datos obtenidos, según el tipo de respuestas obtenidas.
- d) **Tabulación:** una vez vaciados los datos en el computador, se usaron paquetes estadísticos para la conformación de tablas de distribución de frecuencias y distribución porcentual, con el objeto de facilitar los procesos de análisis e interpretación de los mismos.

6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LOS DATOS

Una vez culminada la etapa de procesamiento de los datos, se procedió a realizar el análisis de los mismos. Dicho análisis fue aplicado de manera cualitativa y cuantitativa. En el primero de los casos, se utilizó la experiencia del investigador y las bases teóricas-conceptuales-referenciales, relacionadas con el tema en estudio. En el segundo, se aplicaron técnicas de distribución de frecuencias y distribución porcentual, consistentes con los datos recolectados.

7 TÉCNICAS DE INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información obtenida, una vez finalizada la fase de análisis de los datos, fue sujeta a interpretación por parte del autor, con miras a concretar la evaluación y emisión de juicios acerca de las variables en estudio, en consistencia con los interrogantes y objetivos de la investigación; sobre la base de los aspectos teórico-conceptuales-referenciales utilizados y la experiencia del autor.

8 RESULTADOS

Una vez analizados los datos, se obtuvieron las conclusiones del estudio descriptivo, en consistencia con los interrogantes y objetivos de la investigación. Los resultados siguientes se refieren sólo a la muestra de 17 establecimiento observados (muestra piloto).

1. Los establecimientos de alimentos y bebidas, corresponden en más de la mitad, a los tipos de restaurant y bar-restaurant.
2. La capacidad mínima de los establecimientos es de 24 puestos y la máxima de 130; el promedio es 75,88 sillas por restaurant; la capacidad total es de 1.290 puestos. La capacidad mínima de mesas por establecimiento es 5; la máxima es 33; el promedio es 17,59 mesas por restaurant; la capacidad total es de 299 mesas.
3. La mitad de los establecimientos, aproximadamente, comenzó a funcionar en la década de los ochenta; más de las tres cuartas partes de ellos inició sus operaciones en el período comprendido entre enero 1980 y marzo 1993; sólo una tercera parte, comenzó entre enero 1965 y septiembre 1975. Casi todos los establecimientos han operado sin interrupciones, desde el inicio de sus actividades.
4. Las tres cuartas partes de los establecimientos se iniciaron como restaurantes y en la actualidad ese número ha aumentado como consecuencia del cambio de algunos de ellos. El número de pizzerías se ha mantenido constante desde su creación.

5. La mayoría de los establecimientos no ha cambiado de ramo debido a que les ha ido bien, no ha sido necesario y por la experiencia adquirida en la actividad. A todos los dueños o gerentes les gusta la actividad de sus empresas.
6. Los dueños o gerentes de los establecimientos de alimentos y bebidas sienten desconfianza para suministrar información en cuanto a inversión inicial y actual, ingreso anual y gasto anual, ya que aproximadamente, la mitad de ellos se negó a hacerlo.
7. La inversión inicial mínima para comenzar a operar un establecimiento de alimentos y bebidas fue de 40.000 bolívares; la máxima, de 4 millones de bolívares; la inversión inicial promedio por restaurante fue de 692.500 bolívares.
8. La inversión actual mínima por establecimiento de alimentos y bebidas es de 150.000 bolívares; la máxima de 15 millones de bolívares; la inversión actual promedio por restaurante es de 6.3 millones de bolívares.
9. La inversión total actual en el 41,18 por ciento de los establecimientos que suministraron información, asciende a 44,2 millones de bolívares. La inversión total de los establecimientos en estudio, sobre la base del promedio de inversión actual por restaurante, es de 107,2 millones de bolívares.
10. El ingreso anual mínimo en los establecimientos de alimentos y bebidas es de 500 mil bolívares; el máximo de 18 millones de bolívares; el monto anual promedio por restaurante es 6,2 millones de bolívares.
11. La mayor parte de los establecimientos no dispone de estadísticas precisas y actualizadas en cuanto al número de clientes atendidos en temporada alta y baja y en el año. La cantidad total de clientes no turistas es superior a los turistas atendidos. En el año se atienden 302.552 clientes en los establecimientos estudiados que suministraron información.
12. La cantidad de personas empleadas al inicio de las operaciones de los establecimientos se incrementó. La estructura del personal gerencial-administrativo permanece invariable tanto en tem-

porada alta como baja; el personal operativo varía de una temporada a otra. Al inicio de las operaciones, el sexo femenino predominaba; en la actualidad el personal masculino es superior en los establecimientos de alimentos y bebidas. En los actuales momentos existen 133 personas que laboran en los 17 establecimientos estudiados, en temporada baja; y 178 en temporada alta. El promedio de trabajadores por restaurant en temporada baja es de 7,82 personas; en temporada alta, es de 10,47 individuos.

13. La mayor parte del personal de los establecimientos de alimentos y bebidas tiene edades comprendidas entre los 18 y 45 años; la edad promedio global es de 37,14 años.
14. El personal empleado, en su mayoría, es fijo.
15. El grado de instrucción de la mayoría de los trabajadores alcanza la educación media completa.
16. La mayoría de los trabajadores son venezolanos; muy pocos son extranjeros.
17. La carga familiar promedio por trabajador es 3 personas. El número de personas del núcleo familiar promedio, por trabajador, es 5.
18. Los ingresos, en más de la mitad de las familias de los trabajadores, oscilan entre 10.001 y 80.000 bolívares mensuales.
19. Los trabajadores, en su mayoría, desean quedarse en el trabajo actual, ya que se sienten satisfechos en el mismo.
20. El personal de los establecimientos de alimentos y bebidas es soltero, en más de la mitad de los casos; una cuarta parte de ellos, casado.
21. Las tres cuartas partes, aproximadamente, del personal empleado en los establecimientos de alimentos y bebidas procede del Estado Mérida; el resto procede del Distrito Federal, los Estados Zulia, Portuguesa, Táchira, Cojedes; y el Extranjero, Colombia, Perú y Argentina.

22. La experiencia de los trabajadores, en el área de trabajo, es hasta de 20 años en la mayoría de ellos. La mitad, tiene de cero a cinco años.
23. Las personas empleadas, casi en su mayoría, tienen dedicación total al trabajo actual; pocos trabajadores se dedican a otras actividades diferentes; en consecuencia, sólo una mínima parte de éstos realiza estudios.
24. La estructura actual en los establecimientos está conformada por 23 cargos; los tres primeros lugares son ocupados por los cargos de cocinero, mesonero y barman, respectivamente, los cuales constituyen la mayoría de los mismos.
25. La adquisición de personal para los establecimientos de alimentos y bebidas es fácil en algunos casos, como para los cargos de mesonero, encargado de limpieza, entre otros; y difícil en cargos del área de cocina, dada la poca formación profesional en la misma y la experiencia requerida, como es el caso del chef de cocina y cocinero.
26. El entrenamiento al personal fue suministrado en el pasado por más de la mitad de los establecimientos; en la actualidad, la mayor parte de los restaurantes no lo realiza ni tiene planes futuros para ello.
27. El reclutamiento de los trabajadores se realiza básicamente por referencias personales, personas que ofrecen sus servicios, avisos y entre el personal de la empresa.
28. La selección del personal se hace con base a criterios de entrevista, curriculum, experiencia, período de prueba y eficiencia.
29. La evaluación del desempeño se realiza por supervisión, inspección y sugerencias; los aspectos evaluados son la rapidez, eficiencia, rendimiento, habilidad, puntualidad, capacidad, responsabilidad, colaboración, honradez.

30. El reclutamiento, la selección, la evaluación y el entrenamiento de personal, en la mayoría de los establecimientos, no representa costo para los mismos.
31. La mayoría de los dueños o gerentes de los establecimientos califica a su personal como bueno, en cuanto a capacitación, relación con los compañeros, responsabilidad, interés, motivación, iniciativa, colaboración y eficiencia.
32. Los requerimientos de personal en la actualidad se presentan en pocos establecimientos, para los cargos de barman, mesonero, encargado de compras y cocinero.
33. Los requerimientos futuros de personal son pocos; para los cargos de mesonero, cheff de cocina y ayudante de cocina.
34. La mayoría de los trabajadores devenga un salario mensual comprendido entre 10.000 y 50.000 bolívares.
35. El monto de nómina anual para el 94,12 por ciento de los establecimientos es de 59,4 millones de bolívares; el promedio anual por empresa es de 3,7 millones de bolívares; promedio mensual en temporada alta es de 319,7 mil bolívares por restaurante; en temporada baja, es de 299,9 mil bolívares por establecimiento.
36. La mayor parte de los trabajadores no posee otros ingresos adicionales al salario mensual.
37. El servicio turístico que se ofrece en Mérida es calificado por la mayoría de las personas como pésimo o regular, en cuanto a capacitación del personal, ya que la mano de obra no es especializada y, por ende, el servicio es deficiente. De igual forma, en cuanto al servicio prestado por las empresas vinculadas con la actividad turística, por lo cual, el servicio no es de calidad. De la misma manera, en cuanto a los precios; en cuyo caso, no se corresponden con el servicio ofrecido. El servicio turístico ofrecido en el estado Mérida es calificado de manera similar al que se brinda en la ciudad de Mérida.

38. El personal empleado en la actividad turística influye mucho en el servicio ofrecido, en opinión de la mayoría de los sujetos de estudio.
39. La mitad de los gerentes o dueños de los establecimientos considera que es difícil la aceptación de los egresados de las instituciones docentes que ofrecen turismo en el estado Mérida, debido a que califican los programas de estudios de esas instituciones como regulares o deficientes, en general. Dichos planes curriculares, comparados con otros del país, son catalogados regulares o deficientes. Los programas de estudios, en general, no se adaptan a los requerimientos de las organizaciones vinculadas con la actividad turística local.
40. La mayor parte de los empleados desconoce los programas de estudios de las instituciones docentes que ofrecen turismo en el estado Mérida. Los mismos no han sido formados en estas instituciones, ni cursan estudios en ellas, ni tiene planes de hacerlo.
41. Las personas, en su mayoría, opinan que el turismo en Mérida puede y debe mejorar; en virtud de que el actual presenta ineficiencias, insuficiencias y carencias, por lo cual el producto turístico que se ofrece en el Estado no es de la calidad esperada.

9 RECOMENDACIONES

1. Iniciar, a la brevedad posible, programas de capacitación para el personal que labora en los establecimientos de alimentos y bebidas, por parte de los organismos encargados de regir la actividad turística en el estado Mérida, con la anuencia y cooperación de los dueños y gerentes de estos establecimientos; dictados por personal suficientemente calificado y externo a los establecimientos.
2. Fomentar la integración de todos los miembros del sector conformado por los establecimientos de alimentos y bebidas del estado Mérida, a través de los organismos rectores de la actividad gastronómica en la región, con miras a alcanzar mayores beneficios individuales y colectivos.

3. Incorporar al sector conformado por los establecimientos de alimentos y bebidas del estado Mérida, a la Cámara de Turismo del Estado, con el propósito de hacerlo sentir parte integrante e importante en la prestación del servicio turístico en la región.
4. Elaborar programas de formación para los dueños y gerentes de los establecimientos de alimentos y bebidas del estado Mérida, a objeto de lograr una mayor participación de éstos en la prestación del servicio turístico de la zona.
5. Fomentar en los dueños y gerentes de los establecimientos de alimentos y bebidas del estado Mérida, mayor dedicación a todos los asuntos relacionados con la gestión del personal; dada la importancia intrínseca de éste en la prestación del servicio.
6. Ofrecer estímulo, asistencia y cooperación a los establecimientos de alimentos y bebidas del estado Mérida, en materia financiera, técnica y de personal, entres otros, por parte de los organismos rectores de la actividad turística en el Estado; a los fines de incrementar el rendimiento y la calidad en su funcionamiento y, por ende, en el servicio ofrecido.
7. Propiciar encuentros, acuerdos y convenios, entre los representantes de los organismos rectores de la actividad turística en el estado Mérida, los de las diversas organizaciones vinculadas con el turismo en la región, y los directores de las instituciones docentes que ofrecen estudios de turismo en la zona; con el propósito de adecuar los planes de estudios de esas instituciones, a las necesidades, recursos y prioridades locales.
8. Incrementar, en la medida de lo posible, los salarios del personal empleado en los establecimientos de alimentos y bebidas, en consistencia con su capacitación y rendimiento.
9. Proseguir los estudios técnicos y científicos en el área de los establecimientos y bebidas del estado Mérida, en un intento por obtener mayor información que pueda facilitar una mejor comprensión y explicación de su comportamiento, evolución y perspectivas futuras; para la correspondiente toma de decisiones e implantación de medidas idóneas para incrementar la calidad en

el servicio ofrecido, el rendimiento, rentabilidad y productividad de los mismos.

10. Realizar campañas de formación turística para la población en general.
11. Propiciar la implantación de programas de formación turística desde los primeros años de edad; es decir, iniciar dichos programas con los niños.
12. Realizar campañas de promoción para atraer hacia Mérida nuevos segmentos de corrientes turísticas y de mejor calidad; por cuento, el turismo que viene en la actualidad, básicamente el extranjero, no es el esperado por la colectividad; es un turismo de baja calidad, por lo cual, no es grato para la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa del estado Mérida (1990): **Ley de corporación Merideña de Turismo (COMETUR)**. Gaceta Oficial. Año XC. Número extraordinario.
- Bote G., Venancio (1990): **Planificación económica del turismo: una estrategia masiva a una artesanal**. Editorial Trillas. México.
- Congreso de la República de Venezuela (1992): **Ley de turismo**. Gaceta Oficial de la República de Venezuela No. 35.117 del 21 de diciembre de 1992. Distribuidora Escolar. Caracas.
- Corporación de turismo de Venezuela (1991): **Documento resultante del taller de discusión sobre diagnóstico de formación de recursos humanos turísticos**. Barcelona, España.
- De Borja, S. Luis (1983): **Fundamentos de economía de la empresa turística: análisis y vertebración de los subsistemas de la empresa turística**. Barcelona, España.
- Duron G., Carlos (1989): **El restaurant como empresa**. Editorial Trillas. México.
- Figuerola P.,Manuel (1985): **Teoría económica del turismo**. Alianza Universidad textos. Madrid. España.
- Instituto Interamericano de turismo (1992): **I Simposium Latinoamericano d expertos en formación de recursos humanos en turismo**. Washington D.C.
- Mathieson, Alistér y Geoffrey Wall (1990): **Turismo: repercusiones económicas , físicas y sociales**. Traductor Víctor Estrada. Editorial Trillas. México.
- Molina, Sergio (1995): **Nuevas estrategias para el desarrollo de la empresa turística hacia la empresa turística postmoderna**. Universidad de Anáhuac. México.

- Rodríguez, Manuel y Julio Portales (1995): **Turismo y tratado de libre comercio: hacia una política regional del turismo.** México: Secretaría de turismo de México. Ponencia presentada el III Seminario Interamericano de Hotelería y Turismo, Mexiven 95. Caracas: Embajada de México, Consejo de Turismo, Corporación de Turismo de Venezuela, Cosulth.
- Venamcham (Cámara Venezolano-Americana de Comercio Industrial) (1991): *Revista Turismo Venezuela. Invertir en calidad.* Volumen I, 1991-92. Caracas: Autor.
- _____ (Cámara Venezolano-Americana de Comercio Industrial) (1991): **Revista Turismo Venezuela. Invertir en Calidad.** Volumen I, Caracas.
- _____ (Cámara Venezolano-Americana de Comercio Industrial) (1990): **Informe sobre la 1era. Conferencia Internacional de turismo en los años 90.** Caracas: Proyecto turístico Estados Unidos y Venezuela, Corporación de Turismo de Venezuela. Embajada de los Estados Unidos. Fedecámaras y Consecomercio.
- Venamcham (Cámara Venezolano-Americana de Comercio Industrial) (1991): **Revista Turismo Venezuela.** Invertir en calidad. Volumen I, Caracas.