

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE
DIOS

FACULTAD DE ECOTURISMO

CARRERA PROFESIONAL DE ECOTURISMO



“INFLUENCIA DE LAS CAPACITACIONES EN EL DESARROLLO DE LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO -
2016”

PRESENTADO POR:

BACHILLER: BEINGOLEA IRARICA, KARLA

BACHILLER: GONZALES CAMARGO, MALENY
LIZ

PARA OBTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ECOTURISMO.

ASESOR:

MSC. RAMIREZ CORONADO, HENRY

PUERTO MALDONADO – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE
DIOS

FACULTAD DE ECOTURISMO

CARRERA PROFESIONAL DE ECOTURISMO



“INFLUENCIA DE LAS CAPACITACIONES EN EL DESARROLLO DE LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO -
2016”

PRESENTADO POR:

BACHILLER: BEINGOLEA IRARICA, KARLA

BACHILLER: GONZALES CAMARGO, MALENY
LIZ

PARA OBTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ECOTURISMO.

ASESOR:

MSC. RAMIREZ CORONADO, HENRY

PUERTO MALDONADO – PERÚ

2018

DEDICATORIA

KARLA

A MIS PADRES: Hector Beingolea Chacón e Irma Irarica Narváez, por el apoyo infinito para lograr mis objetivos.

A MI ESPOSO: Franklin Jara Rodriguez, por su orientación en la elaboración del trabajo de tesis.

MALENY

A MI MADRE: Rut Camargo Cordova, por ser mi guía en cada etapa de mi vida, y porque para ella son mis logros.

A MI PADRE: Jesus Gonzales Alaniz, por el invaluable apoyo que siempre me ha brindado.

A MI HIJA: Flabia por ser mi mayor motivación para seguir progresando no solo como profesional también como persona.

AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento a todos los prestadores de servicios turísticos que con su apoyo pudimos llegar hasta el final de la investigación y a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo por facilitarnos la información solicitada.

El presente trabajo no hubiera sido posible sin su importante colaboración, enseñanzas, esfuerzo y labores desempeñadas en esta investigación y durante toda la etapa universitaria.

Agradecimiento especial también a los miembros del jurado quienes con sus observaciones y orientaciones han hecho muy productiva la tesis.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como centro de estudio la influencia de las capacitaciones organizadas por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en el desarrollo de la Actividad Turística en la ciudad de Puerto Maldonado, estudio que nos permitió analizar y determinar la influencia que dichas capacitaciones tienen en los prestadores de servicios turísticos

El propósito de esta tesis es determinar las estrategias que utilizan la DIRCETUR para el desarrollo de las capacitaciones, e identificar los aliados estratégicos que tiene para el desarrollo de las mismas, así también demostrar la eficacia de las capacitaciones en el desarrollo de la actividad turística y finalmente identificar la población beneficiaria de la capacitación turística.

Además de identificar los problemas, finalmente presentaremos propuestas para que las capacitaciones es decir (talleres, foros, seminarios entre otros), sean más efectivas y cumplan con los objetivos trazados, y esto ayude a mejorar la competitividad del personal que presta servicios turísticos. Esperamos que el trabajo realizado sea acogido para la contribución del mejoramiento del sistema de capacitaciones para los prestadores de servicios turísticos en nuestra región.

RESUMEN

El turismo es una actividad donde la calidad de servicio y el producto es fundamental para la satisfacción del turista y eso genera un destino más competitivo generando el incremento de visitas. En este trabajo de investigación se analizó la influencia que tienen las capacitaciones organizadas por la DIRCETUR en el desarrollo de la actividad turística. Esto permitió comprender el progreso o mejoramiento que tienen los actores involucrados en el turismo durante el desarrollo de sus actividades, así mismo se pudo analizar la importancia de estas capacitaciones en los actores turísticos, así como las estrategias que utilizan para llegar a ellos.

El objetivo de la tesis es “Determinar la influencia de la capacitaciones de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado”, para ello se realizó trabajos de campo durante dos meses del año 2016, para lograr nuestra investigación utilizamos la metodología Descriptiva porque busca especificar, analizar las propiedades, características de la influencia que tienen las capacitaciones en los actores turísticos durante el desarrollo de la actividad turística y correlacional porque permite analizar la relación entre las dos variables, la población y muestra están conformadas por la DIRCETUR y los actores turísticos, así mismo la obtención de datos se realizó a través de encuestas. Esta tesis represento un esfuerzo, porque se pudo estudiar de forma minuciosa el problema planteado y proponer posibles soluciones que contribuyan al desarrollo turístico.

Como resultado de la investigación podemos decir que el 60% de los prestadores de servicios turísticos manifestaron como “Muy buena” las capacitaciones que reciben por parte de la DIRCETUR y que éstas influyen significativamente en su desempeño laboral y el 40% manifestó que es “bueno” debido a que no existe continuidad y los temas que desarrollan no son acorde al perfil del profesional de las cuales no lo relacionan con su desempeño laboral.

Concluimos en que el turismo se ha transformado en uno de los fenómenos económicos y sociales más destacados en los últimos años de la misma manera la tendencia del turismo va cambiando y por ello su personal debe estar actualizado en temas de interés acorde a su perfil profesional con el fin de que contribuyan en su desempeño laboral, de los prestadores de servicios turísticos existe un porcentaje mínimo que manifiestan que las capacitaciones son poco importante debido a que los temas son repetitivos y generales.

Palabras claves: Satisfacción, Capacitaciones, Desarrollo turístico, Actores turísticos y Turismo.

RESUMO

O turismo é uma atividade em que a qualidade do serviço e o produto são fundamentais para a satisfação do turista e que gera um destino mais competitivo gerando aumento de visitas. Neste trabalho de pesquisa, foi analisada a influência do treinamento organizado pelo DIRCETUR no desenvolvimento da atividade turística. Isso nos permitiu entender o progresso ou melhoria dos atores envolvidos no turismo durante o desenvolvimento de suas atividades, bem como analisar a importância desses treinamentos em atores do turismo, bem como as estratégias que eles usam para alcançá-los.

O objetivo da tese é "Determinar a influência do treinamento do Escritório Regional de Comércio Exterior e Turismo no desenvolvimento do turismo na cidade de Puerto Maldonado", pois este trabalho de campo foi realizado por dois meses do ano 2016 , para alcançar nossa pesquisa, usamos a metodologia descritiva porque busca especificar, analisar as propriedades, características da influência que os treinamentos têm nos atores turísticos durante o desenvolvimento do turismo e atividade correlacional porque nos permite analisar a relação entre as duas variáveis. A população e a amostra são constituídas pelo DIRCETUR e os atores turísticos, assim como a obtenção de dados foi realizada através de pesquisas. Esta tese representou um esforço, porque foi possível estudar em detalhes o problema e propor possíveis soluções que contribuam para o desenvolvimento do turismo.

Como resultado da pesquisa, podemos dizer que 60% dos prestadores de serviços de turismo declararam que o treinamento que eles recebem da DIRCETUR é "muito bom" e que eles influenciam significativamente seu desempenho no trabalho e 40% disseram que é "bom" "Porque não há continuidade e os problemas que eles desenvolvem não estão de acordo com o perfil profissional do qual eles não se relacionam como desempenho do trabalho.

Em conclusão, chegamos que o turismo se tornou um dos fenômenos econômicos e sociais mais proeminentes nos últimos anos, da mesma forma que a tendência do turismo está mudando e, portanto, sua equipe deve ser atualizada sobre temas de interesse de acordo com seu perfil profissional. Para contribuir com o desempenho do trabalho, existe uma porcentagem mínima de provedores de serviços turísticos que afirmam que o treinamento não é importante porque os tópicos são repetitivos e gerais.

Palavras-chave: Satisfação, Treinamento, Desenvolvimento Turístico, Atores de Turismo e Turismo.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación lleva por título “Influencia de las capacitaciones en el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado”, tiene por objetivo determinar la influencia de las capacitaciones brindadas por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo para el desarrollo de la actividad turística.

La investigación se realiza a partir de la identificación del problema, de cómo influye las capacitaciones desarrolladas por la DIRCETUR en el desarrollo de la actividad turística. En ese sentido se busca investigar si las capacitaciones que los prestadores de servicios turísticos reciben por parte de la DIRCETUR influyen significativamente en el desarrollo de la actividad turística.

Al tenerse una muestra representativa de la misma población que se someten a la investigación, es preciso conocer cuáles son la influencias de las capacitaciones que los trabajadores en el sector turismo han recibido, así como cuáles son los mecanismos o herramientas que se han utilizado para la realización de las capacitaciones y la correlación que existe entre la actividad turística.

El presente trabajo se ha estructurado en cuatro capítulos:

En el primer capítulo se presenta el problema de investigación, haciendo una descripción y formulación del mismo. Así mismo se presentan los objetivos tanto generales como específicos, se identifican las variables y su operacionalización, posterior a esto se desarrolla la justificación del problema y las consideraciones éticas.

En el segundo capítulo se plantea el marco teórico, en donde se realizó un análisis sobre un programa de capacitación en gestión de destinos y planificación de destinos turísticos en Perú, además se presentó un diseño de planes integrales de capacitación turística para taxistas de la ciudad de Loja – Ecuador, y un modelo sistémico de gestión de la capacitación para el

turismo sostenible en viñales - Cuba. También se plantea el marco teórico y definición de términos, en donde se define y desarrolla todos los conceptos involucrados en el trabajo.

En el capítulo tercero se presentaron los aspectos relacionados con la metodología de investigación. Por consiguiente el tipo y diseño de estudio empleado. Se incluyó también información de la población y muestra utilizada así como los métodos, técnicas de los que nos valimos para realizar este estudio y el posterior tratamiento de los datos.

En el capítulo cuarto se desarrolló los resultados del trabajo de investigación obtenidos de la aplicación del instrumento (encuestas), así también nos presenta el cumplimiento de hipótesis, Conclusiones, recomendaciones, y finalmente, se han incluido con las referencias bibliográficas, acrónimo y los anexos pertinentes que proporcionaron información complementaria.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	17
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. OBJETIVOS	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos	19
1.4. VARIABLES	20
1.4.1. Variable indirecta	20
1.4.2. Variable directa	20
1.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	20
1.6. HIPÓTESIS	21
1.6.1. Hipótesis general	21
1.6.2. Hipótesis específicas	21
1.7. JUSTIFICACIÓN	22
1.8. CONSIDERACIONES ÉTICAS	24
CAPÍTULO II	25
MARCO TEÓRICO	25
2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIOS	25
2.1.1. Nacional	25
2.1.2. Internacional	26
2.2. MARCO TEÓRICO	29
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	40
CAPÍTULO III	46
MÉTODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	46
3.1. TIPO DE ESTUDIO	46
3.2. DISEÑO DE ESTUDIO	46
3.2.1. Diseño de investigación (técnica de análisis de datos)	46
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	47
3.3.1. Población	47
3.3.2. Muestra	47

3.4. MÉTODOS Y TÉCNICAS.....	49
3.5. TRATAMIENTO DE DATOS	49
CAPÍTULO IV	51
RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	51
4.1. RESULTADO OBTENIDO DE LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS	51
4.2. CUMPLIMIENTO DE HIPÓTESIS	72
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ACRÓNIMO	83
ANEXOS.....	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Edad	51
Gráfico 02: Grado de Instrucción	53
Gráfico 03: Lugar de procedencia	54
Gráfico 04: Que entiende por turismo	56
Gráfico 05: Centro de labor	58
Gráfico 06: Considera importante las capacitaciones	59
Gráfico 07: Temas de capacitación que han recibido	60
Gráfico 08: Sabes que significa la siglas DIRCETUR	62
Gráfico 09: Número de capacitaciones	63
Gráfico 10: Temas de capacitación que les gustaría recibir	65
Gráfico 11: Número de capacitación recibidas en el año 2016	66
Gráfico 12: Influencia de las capacitaciones en su desempeño laboral	68
Gráfico 13: Consideraciones de la capacitación	69
Gráfico 14: De qué manera podrías prestar un mejor servicio	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad	51
Tabla 2: Grado de Instrucción	52
Tabla 3: Lugar de procedencia	54
Tabla 4: Que entiende por turismo	55
Tabla 5: Centro de labor	57
Tabla 6: Considera importante las capacitaciones	59
Tabla 7: Temas de capacitación que han recibido	60
Tabla 8: Sabes que significa las siglas DIRCETUR	61
Tabla 9: Número de capacitaciones	63
Tabla 10: Temas de capacitación que les gustaría recibir	64
Tabla 11: Número de capacitaciones recibidas en el año 2016	66
Tabla 12: Influencia de las capacitaciones en su desempeño laboral	67
Tabla 13: Consideraciones de la capacitación	69
Tabla 14: De qué manera podrías prestar un mejor servicio	70

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPION DE PROBLEMA

Teniendo en cuenta estas consideraciones previas la presente investigación pretende determinar ¿Cómo influye las capacitaciones de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en el desarrollo de la Actividad Turística en la ciudad de Puerto Maldonado?.

2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad la actividad turística en el Departamento de Madre de Dios se ha venido desarrollando de manera creciente debido a la gran demanda que existe del turismo de naturaleza, el cual se ofrece a los turistas.

Para generar un turismo sostenible es imprescindible la participación de todos los actores del destino (público, privados y comunidades locales) en el establecimiento de estrategias, toma de decisiones y resolución de conflictos, así para su impulso se precisa la colaboración del sector público, ya que la mayor parte de los recurso a utilizar están en manos públicas (DIRCETUR).

La capacitación turística es un proceso de mejora continua, que surge de la necesidad de dirigir la formación de los diferentes sectores turísticos ya sea en la oferta de producto o de servicio en función de cada una de sus necesidades, es un instrumento de gestión que contribuye al desarrollo de las estrategias de una organización empresarial, tomando en cuenta que el recurso humano es la clave

del éxito porque son quienes poseen la capacidad de convertir información en conocimiento y por tanto de aprender y mejorar. Es importante que los actores involucrados en servicios turísticos, tenga la vocación de servicio, la empatía y su capacidad de establecer relaciones interpersonales al ejercer su función. Todo esto con el fin de que el turista se sienta satisfecho con respecto a la calidad de servicio que ha recibido y que sus expectativas se hayan cumplido y superado durante su visita. Sin embargo, la calidad del servicio y el aprovechamiento de los potenciales recursos y productos no siempre se pueden asegurar.

La DIRCETUR desarrolla un papel trascendental en el desarrollo del turismo, ya que es la responsable de proponer y ejecutar la política regional de la actividad turística, en el marco de la política nacional de turismo; así como calificar y supervisar a los prestadores de servicios turísticos, de conformidad con las normas y reglamentos, expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; a cargo de un funcionario con categoría de Director, designado de acuerdo a la normatividad vigente y una de sus funciones es Desarrollar programas y proyectos que promuevan la formación y capacitación del personal que participa en la actividad turística con el fin de que los aliados estratégicos puedan trabajar de manera eficiente y colaborar en el desarrollo del turismo sostenible. *(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo)*.

En este contexto el desarrollar planes de capacitación ayuda a fortalecer la prestación de servicios turísticos, siendo orientados a fomentar una certificación del personal con el principal objetivo de formarlos actualizar sus conocimientos y mejorar el talento humano de los prestadores de servicio con el fin de contar con programas de capacitación generando herramientas que pueden ayudar a desarrollar habilidades destrezas y conocimientos técnicos en el talento humano que proporciona los servicios además establece condiciones de funcionamientos y tareas y sobre todo ayuda a

identificar necesidades de capacitación que pueden ser integradas en el transcurso del tiempo, y vayan evolucionando en consecuencia la calidad del servicio, sin embargo en las capacitaciones que ha desarrollado la DIRCETUR se ha evidenciado la poca afluencia de los actores turísticos en los talleres desarrollados, lo cual limita el cumplimiento de las funciones establecidas descritas en su plan operativo institucional.

Teniendo en cuenta estas consideraciones previas la presente investigación pretende determinar **¿Cómo influye las capacitaciones de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en el desarrollo de la Actividad Turística en la ciudad de Puerto Maldonado?.**

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar la influencia de las la capacitaciones de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado.

1.3.2 Objetivos Específicos

O1. Determinar las estrategias que utilizan la DIRCETUR para el desarrollo de las capacitaciones.

O2. Identificar los aliados estratégicos que tiene la DIRCETUR para el desarrollo de las capacitaciones.

O3. Demostrar la eficacia de las capacitaciones en la prestación de servicios turísticos.

O4. Identificar la población beneficiaria de la capacitación turística.

<p>Variable Y:</p> <p>DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA</p>	<p>3.ALIADOS ESTRATEGICOS</p>	<p>Actores turísticos.</p> <p>3.1 UNAMAD.</p> <p>3.2 MPT</p> <p>3.3 SERNANP</p> <p>3.4 AGOTUR</p> <p>3.5 AEEPEM</p> <p>3.6 ASOC. TAXIS</p> <p>3.7 ONGs</p> <p>3.8 Porcentaje de la población que participa en las capacitaciones sobre de interés turístico.</p>
--	-------------------------------	--

1.6 HIPÓTESIS

1.6.1 Hipótesis general

Hi: Las capacitaciones desarrolladas por la DIRCETUR influyen significativamente para el desarrollo de la actividad turística.

1.6.2 Hipótesis específicas

H1: Las estrategias que utiliza la DIRCETUR para el desarrollo de las capacitaciones son adecuadas.

H2: La DIRCETUR cuenta con aliados (actores turísticos) para el desarrollo de las capacitaciones.

H3: Las capacitaciones que organiza la DIRCETUR influyen significativamente en el desarrollo eficaz para la prestación de servicios turísticos.

H4: Los actores turísticos participan activamente en las charlas de capacitación que desarrolla la DIRCETUR contribuyendo a una mejor prestación de servicios.

1.7 JUSTIFICACIÓN

La concepción de turismo mundial ha ido cambiando día tras día y cada vez es mayor la cantidad de turistas que buscan otras alternativas de esparcimiento y recreación, como el contacto de la naturaleza, deportes extremos, vivencia con la comunidad.

La capacitación es un pilar fundamental para todo tipo de compañía que busca un macro desarrollo en las organizaciones de empresas para su competitividad en el mercado, dichas empresas tienen como propósito fomentar la capacitación continua, para responder a las demandas exigidas en un mercado competitivo permitiendo incrementar la productividad y ofrecer resultados productivos.

El propósito de esta investigación es determinar la influencia de las capacitaciones para el desarrollo de la actividad turística, de manera que la calidad del servicio de atención se manifieste por la satisfacción del visitante.

Para desarrollar una actividad sostenible en la ciudad de Puerto Maldonado, es fundamental evaluar las capacitaciones que brinda la DIRCETUR a los principales actores que intervienen en la actividad turística, en particular, por los prestadores de servicios de la industria turística. Dichas capacitaciones pueden constituir instrumentos eficaces

garantizando la calidad de los servicios turísticos convirtiéndonos en un destino turístico competitivo, para el desarrollo de actividades turísticas responsables.

Además de identificar los problemas, en la investigación se propondrá algunas estrategias para que las capacitaciones (talleres, foros, seminarios entre otros), sean más efectivas y cumplan con los objetivos trazados, y esto ayude a mejorar la competitividad del personal que presta servicios turísticos. Por lo tanto los resultados de esta investigación permitirán analizar el nivel participativo de los actores en las capacitaciones desarrolladas por la DIRCETUR.

Identificar los temas que demandan mayor interés a los prestadores de servicios turísticos para estar acorde a las tendencias del mercado turístico, así mismo tener datos reales de las características positivas y negativas de la efectividad que tienen las capacitaciones desarrolladas u organizadas por la DIRCETUR, esto a su vez sirve como una herramienta para plantear algunas estrategias que ayuden al desarrollo sostenible del turismo. Así mismo los resultados tendrán repercusión con otras instituciones como por ejemplo para desarrollar una capacitación efectiva, útil y segmentada dándole la importancia debida y necesaria, y así poder brindar un servicio de alta calidad e interpretación a los turistas.

Un buen plan de capacitación debe contemplar acciones de monitoreo y seguimiento, no sólo con respecto a los aspectos logísticos sino a la organización y planeación de reuniones orientadas a verificar el impacto que ha logrado la capacitación en el incremento de la productividad, verificar la pertinencia metodológica y pedagógica con relación a la transferencia del aprendizaje a los actores involucrados en el desarrollo turísticos.

1.8 CONSIDERACIONES ÉTICAS

Para la realización del presente trabajo de investigación tuvimos que aplicar encuestas e interpretarlo de acuerdo a los resultados obtenidos; recopilamos información necesaria e importante que nos ayudan a explicar sobre las capacitaciones y el desarrollo turístico, concepto de autores que se precisa en el texto con sus respectivas citas bibliográficas.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTE DE ESTUDIO

2.1.1 Nacional

“PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS” PERÚ - 2014.

Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur y PromPerú (2014) y ejecutada por Swisscontac.

RESUMEN

Los contenidos presentan información técnica respecto a la metodología y la facilitación para trabajar con personas adultas, las estrategias didácticas y las principales técnicas que son utilizadas en el desarrollo de la capacitación.

Con el objetivo de apoyar las aplicaciones de estos contenidos mediante la capacitación, se ha diseñado un programa de capacitación en gestión de destinos y planificación de productos turísticos. El programa cuenta con una guía de facilitación, dirigida a quienes asuman ese rol para generar procesos de aprendizaje activo y un cuaderno de trabajo, como material de refuerzo dirigido a quienes participan de estas capacitaciones.

2.1.2 Internacional

DISEÑO DE UN PLAN INTEGRAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA PARA LOS TAXISTAS DE LA CIUDAD DE LOJA ECUADOR – 2013

Autor: Soraya Marisela Erreyes Vaca

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, ha servido para lograr la “Elaboración de un plan integral de capacitación turística para los taxistas de la ciudad de Loja” Para lo que en un principio se ha tenido que realizar un diagnóstico a los señores(as) taxistas para determinar el nivel de conocimiento que tienen sobre el ámbito turístico y atención a los turistas, y por consiguiente se elabore un Plan de Capacitación, con las necesidades los presupuestos, fuentes de financiamiento, cronograma de ejecución e instructores para finalmente realizar una estructura organizacional de la Unidad de capacitación anexa al Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja, determinando los niveles jerárquicos que reflejen la distribución de los recursos humanos, sus funciones, normas, políticas y procedimientos para la ejecución del plan.

Los objetivos se desarrollaron con dos metodologías diferentes; el método analítico, para interpretar las encuestas que se realizaron; a algunos turistas que visitan la ciudad para de este modo conocer su opinión acerca del servicio e información turística que los señores taxistas le brindan y así mismo a los señores taxistas, para determinar el nivel de conocimiento que tienen acerca del ámbito turístico; también se utilizó el método científico el mismo que permitió obtener una idea clara del problema para organizar, estructurar y ejecutar adecuadamente el presente trabajo de investigación, y así mismo para que este se rija de acuerdo a los lineamientos científicamente establecidos.

Como resultado final, se plantea una propuesta de solución al problema, que es la falta de capacitación turística a los taxistas de la ciudad de Loja. La propuesta que se plantea busca mejorar la aptitud del conductor de taxi que brinda un servicio de movilización y que se convierte en la primera impresión al turista. Como limitación podemos decir que todavía existen conductores que movidos por prejuicios ambiguos no desean cambiar la forma de servicio, pero se pretende con la capacitación cambiar esta forma de pensamiento.

Sabemos que los turistas exigen que todos los servicios que reciben sean de óptima calidad, entre estos está el servicio de taxi, ya que el turista al visitar cualquier ciudad tiene un primer contacto con los conductores de algún servicio de transporte turístico, es decir, con los taxistas, los que deben estar capacitados para brindar un servicio de primera, por esta razón es necesario el diseño de un plan integral de capacitación turística para los taxistas en las ciudades.

MODELO SISTÉMICO DE GESTIÓN DE LA CAPACITACIÓN PARA EL TURISMO SOSTENIBLE EN VIÑALES CUBA – 2011

Autores;

Msc. Tania Vargas Fernández

Departamento de ingeniería industrial. Universidad de Pinar del Río.

Dra. Deysi Alfonso Porraspita

Departamento de economía global. Universidad de Pinar del Río.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo elaborar un modelo sistémico para gestionar la capacitación de los principales actores del turismo, enfocado hacia el aprendizaje continuo, que contribuya al desarrollo turístico sostenible de la localidad de Viñales, Pinar del Río. Además de este propósito principal se define por primera vez un nuevo concepto, denominado “localidad que aprende para el turismo sostenible”, el cual tiene su base en la estrecha interrelación entre los diferentes actores locales en el desarrollo de procesos de aprendizaje,

que conduzca al incremento de la competencias laborales de los recursos humanos y al establecimiento de actuaciones de compromiso con la sociedad.

Para la realización del trabajo se tuvieron en cuenta del total de organizaciones del territorio Viñales, las organizaciones económicas de mayor incidencia en la actividad turística, debido a que estas constituyen la base del desarrollo local, por tanto juegan un papel decisivo en lo relacionado al desarrollo turístico de la localidad, como dinamizadoras de la actividad en cuestión.

De modo general, el modelo sistémico de gestión de la capacitación que se propone en el presente trabajo, pretende incidir de manera significativa en el logro de una conciencia ambiental en las personas y comunidades, partiendo de la actuación integrada de todos los implicados. Cada uno de los actores involucrados desarrollaría procesos de aprendizaje organizativo, a partir de la implementación del modelo sistémico, permitiendo la creación de conocimiento, así como su transformación, difusión, interpretación y utilización de forma conjunta y social por la propia empresa y por sus miembros, desarrollando un proceso que favorece la aparición de nuevas capacidades en la organización y donde el conocimiento esté accesible a todos y pueda ser enriquecido a partir de las experiencias cotidianas.

Este modelo no mutila la existencia de planes de capacitación y/o actividades de superación en cada organización, sino que sirve de complemento a todas las acciones que en aras de lograr un incremento en los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal, se realizan de manera cotidiana. El modelo propuesto viene a reforzar y a integrar lo que en materia de capacitación se ha ido desarrollando en las organizaciones del territorio.

2.2. Marco teórico

A. Ecoturismo

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídica o comunitarias, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Patrimonio Nacional de Áreas Naturales del Estado, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que les rodea. Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permitan la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, visitantes y el estado. (Schulze Juan C. 2002).

Es la primera persona que definió el ecoturismo en el año 1983. Dicha definición fue adoptada por la IUCN (La Unión Mundial para la Naturaleza) y la Organización Mundial para el Turismo (OMT) en el año 1996.

Es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un Proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales. (Ceballos-Lascuráin).

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES por sus siglas en inglés) define el ecoturismo como: Un viaje responsable a áreas

naturales que apoya la Conservación del medio ambiente y mejora el bienestar de las comunidades locales.

Green Globe 21, programa de certificación de una gestión ambiental excelente del turismo a nivel internacional basada en la Agenda 21 y sus principios para el desarrollo sostenible ha adoptado la definición de Ecoturismo de Australia: Turismo ecológicamente sustentable con un enfoque principal en experimentar áreas naturales que promueva la comprensión, apreciación y conservación del medio ambiente y la cultura.

El Instituto Interamericano de Turismo (1983) Lo define como: "La utilización del turismo como medio para obtener fondos necesarios para la conservación de la naturaleza, la protección de recursos naturales especiales y la defensa del medio ambiente por medio del uso sostenible, ecológicamente compatible y no destructivo de hábitat y sitios naturales".

B. Capacitación

"La capacitación está orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. Compone uno de los campos más dinámicos de lo que en términos generales se ha llamado, educación no formal." (Blake, O., 1997).

"La capacitación es, potencialmente, un agente de cambio y de productividad en tanto sea capaz de ayudar a la gente a interpretar las necesidades del contexto y a adecuar la cultura, la estructura y la estrategia (en consecuencia el trabajo) a esas necesidades" (Gore, E., 1998).

"El término capacitación se utiliza con frecuencia de manera casual para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por

una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros. Se orienta hacia la cuestiones de desempeño de corto plazo." (Bohlander, G. 1999).

"Actividades que enseñan a los empleados la forma de desempeñar su puesto actual." (Davis, K.1992).

"La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores." (Siliceo; 1996).

La capacitación en la actualidad representa para las unidades productivas uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que y deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan. (Recursos Humanos y el Empleo 2012).

La capacitación se considera como un proceso a corto plazo, en que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve. Según Herberth (2010).

En términos generales Capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo de los individuos en el desempeño de una actividad.

C. Capacitación en la Actividad Turística

La actividad turística en su dimensión productiva, se caracteriza por la alta proporción de recursos humanos que intervienen en el proceso de producción. Más aún, esta proporción varía directamente con la especialización del servicio. Por su parte, el grado de satisfacción de la experiencia turística está fuertemente influenciado por la presencia de una mayor cantidad de recursos humanos competentes en sus funciones. Es posible afirmar entonces, que la empresa turística se caracteriza por la importancia de la personalización del servicio; es decir, la relación persona-persona, siendo la eficiencia en el ámbito funcional y la empatía en el ámbito relacional, elementos claves en la mejora de calidad de los servicios turísticos.

La prestación de servicios turísticos se caracteriza asimismo, por la simultaneidad entre la producción y el consumo, factor que impide implementar medidas de control de calidad para rechazar aquella parte de la prestación (producción) que presenta problemas, como sucede con los productos manufacturados. Por lo tanto, en este contexto, sólo procede implementar un sistema de gestión de los procesos productivos, que asegure la menor ocurrencia de errores y/o fallas (sistema de aseguramiento de calidad), en el cual los recursos humanos juegan un rol fundamental. Oportunidades de capacitación de recursos humanos en turismo Servicio Nacional de Turismo 5 Para abordar la problemática de la simultaneidad producción-consumo en el turismo, se considera relevante la participación del personal y , muy especialmente, la del “personal de contacto”. Si bien es cierto, la calidad de la infraestructura, instalaciones e insumos, juegan también un rol de importancia, estas pueden ser previstas chequeadas y/o controladas con antelación; siendo los errores o falta de pericia del personal de contacto, los que tienen una mayor incidencia en la pérdida de calidad del servicio/producto.

En razón de las consideraciones anteriores, el tema de la capacitación del personal que se desempeña en los distintos niveles de las empresas turísticas, cobra particular importancia. Cabe tener en cuenta que, al ser el turismo una actividad transversal, a diferencia de los denominados “sectores productivos”, el concepto de empresa turística cubre una amplia gama de empresas como, por ejemplo, establecimientos de alojamiento, cualquiera sea su categoría, restaurantes y similares, agencias de viajes, empresas de transporte, casinos, centros artesanales etc. Poco cuesta imaginar entonces la amplia gama de oficios que intervienen en cada una de estas empresas. Así por ejemplo, aparte de los cargos relativos a la gestión propiamente tal, un hotel empleará camareras, personal de cocina, recepcionistas y otros; un restaurant requerirá de chefs, mozos, ayudantes de cocina etc.; una agencia empleará personal técnico capacitado en reservas de pasajes, en ventas etc.; una empresa que organice circuitos turísticos requerirá de guías locales etc.

En cada destino turístico están presentes la amplia gama de empresas o prestaciones turísticas recientemente descritas. Todas ellas requieren de personal calificado que haga eficiente y grata la experiencia del visitante. Algunos destinos tendrán sus propias particularidades lo que hará necesaria la preparación de personal especializado en temáticas muy específicas, como es el caso de guías turísticos locales, cocina criolla, artesanía típica, técnicos en deportes de aventura etc. Por lo anterior, el trabajo focalizado en un destino por medio de un plan integral, por ejemplo, exigirá la definición de un programa de capacitación de recursos humanos que considere los aspectos a que nos hemos referido. En general, la capacitación puede darse en dos áreas: Gestión empresarial y Área de Especialidades Técnicas. A su vez, en estas dos áreas la capacitación podrá ser de tipo general o específica, es decir, con directa aplicación a la actividad turística. (Verónica Silva Prado).

D. Capacitación del personal

Es una actividad clave para el desarrollo de la empresa puesto que un plan de capacitación ordenado adecuadamente, permite que los colaboradores desarrollen conocimientos y habilidades específicas relativas a su puesto de trabajo, modificando sus actitudes frente a los quehaceres de la empresa, el puesto y el ambiente laboral. Permite que el equipo de trabajo adopte las prácticas de gestión sostenible, al comprender los aspectos ambientales, socio-culturales y de gestión empresarial que rigen la empresa.

La importancia de la capacitación radica en que le permite a la empresa contar con un equipo de trabajo capaz de aplicar sus habilidades y destrezas en cada una de sus tareas, además, la capacitación en áreas de sostenibilidad (educación ambiental, protección y rescate cultural, desarrollo social y administración de recursos económicos, etc.) facilita el cambio de actitud hacia una comunidad más responsable en los aspectos sociales y ambientales. La capacitación al personal es el camino para generar compromiso con la empresa y con la sostenibilidad. (RAINFOREST ALLIANCE. 2005).

E. Importancia de la capacitación en los recursos humanos

La importancia de la capacitación y evaluación de los recursos humanos en una empresa representa un mecanismo que permite al personal estar actualizado y preparado frente a los cambios tecnológico, científicos y de información; sin embargo, algunos autores afirman que “Genera un cambio, lo que provoca que el personal se empiece a sentir amenazado e inseguro, ya que un cambio puede poner en peligro sus trabajo y forma de vida. (Delgado Guitierrez, José Luis. 2000).

F. La Actividad Turística y El Producto Turístico

La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento. En este sentido, el producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, es de gran importancia señalar que los mismos deben estar dirigidos a la satisfacción de los deseos y las expectativas de los visitantes (Tesis Maria V. Rodriguez).

El turismo es una actividad multisectorial muy compleja que genera, directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad. Para ello, moviliza a diversos agentes y grupos sociales de manera ordenada y planificada. Dada sus múltiples implicancias, el turismo es considerado un fenómeno propio de la sociedad actual. Por ejemplo, posee carácter social, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas. También tiene naturaleza económica, ya que es capaz de generar divisas al país receptor de los flujos turísticos; política, porque responde a los lineamientos y planes de desarrollo de los sistemas de gobierno; cultural, porque permite conocer la vida e idiosincrasia de personas de diferentes realidades geográficas y educativa, en tanto que puede ser un medio de formación personal e intelectual.

G. Plan de Capacitación

“El plan de capacitación es una acción planificada cuyo propósito general es preparar e integrar al recurso humano en el proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño en el trabajo. La capacitación en la empresa debe brindarse en la medida

necesaria haciendo énfasis en los aspectos específicos y necesarios para que el empleado pueda desempeñarse eficazmente en su puesto". Obed, D. (2000).

Evaluación del plan de capacitación

“Permite estimar el logro de los objetivos propuestos y retroalimentar el proceso. Existen cuatro criterios básicos para evaluar la capacitación:

□ **Reacciones:** Los participantes felices tienen más probabilidades de enfocarse en los principios de capacitación y utilizar la información en su trabajo.

□ **Aprendizaje:** Probar el conocimiento y las habilidades antes de un programa de capacitación proporciona un parámetro básico sobre los participantes, que pueden medirse de nuevo después de la capacitación para determinar las mejoras.

□ **Comportamiento:** El comportamiento de los participantes no cambia una vez que regresan al puesto. La transferencia de la capacitación es una implantación efectiva de principios aprendidos sobre los que se requiere en el puesto. Para maximizar se pueden adoptar varios enfoques:

- Presentar elementos idénticos.
- Enfocarse en los principios generales.
- Establecer un clima para la transferencia.

□ **Resultados:** Con relación a los criterios de resultados, se piensa en términos de la utilidad de los programas de capacitación.

Para realizar una evaluación adecuada, deben considerarse dos aspectos principales:

- La evaluación del desempeño de la tarea específica que el trabajador realiza: En ésta se examinan los siguientes aspectos:

- Cumplimiento de la cuota de trabajo.
- Habilidad demostrada en realización del trabajo.
- Dominio de la técnica necesaria.
- Interés demostrado en el trabajo.
- Uso de elementos, materiales máquinas de trabajo, etc.

La evaluación de las características personales del trabajador: Se analizan aspectos tales como:

- Espíritu de colaboración.
- Espíritu de superación.
- Responsabilidad.
- Iniciativa.
- Actitud positiva.
- Asistencia y puntualidad.
- Disciplina en el trabajo.
- Relaciones humanas con sus compañeros de trabajo

La etapa final del plan de capacitación, es la evaluación de los resultados obtenidos. Esta evaluación debe considerar dos aspectos:

- Determinar si la capacitación produjo las modificaciones deseadas en el comportamiento de los empleados.
- Verificar si los resultados de la capacitación presenta relación con la consecución de las metas de la empresa.

Además de los dos aspectos anteriores, es necesario determinar si las técnicas de capacitación empleadas son efectivas. La evaluación de los resultados del entrenamiento puede hacerse entre niveles:

- ❖ **Nivel organizacional:** En este nivel la capacitación debe proporcionar resultados como aumento de la eficiencia.
- ❖ **En el nivel de los recursos humanos:** Proporciona resultados como aumento de la eficiencia individual de los empleados.

- ❖ **Nivel de las tareas y operaciones:** En este nivel debe proporcionar resultados como aumento de la productividad, mejoramiento de la calidad de los productos y los servicios.
- ❖ Para obtener datos objetivos y completos del plan de capacitación, es conveniente realizar tres tipos de evaluación. A saber:
- ❖ **Evaluación diagnóstica:** Se efectúa al inicio del proceso y parte de los resultados que arroja el diagnóstico de necesidades, de las propuestas establecidas en el plan y programas, ejecución de las acciones, así como de los conocimientos y habilidades que posee el capacitando y los que requiere. Esta evaluación permite analizar la situación actual de la organización, los fines que busca lograr y sobre todo de los compromisos y responsabilidades que competen a la función de capacitación con referencia al que hacer global del centro de trabajo.
- ❖ **Evaluación intermedia:** Se realiza durante el proceso con el objeto de localizar deficiencias cuando aún se está en posibilidad de subsanarlas, intenta poner de manifiesto los puntos débiles y errores cometidos de tal forma que sean corregidos, aclarados o resueltos.
- ❖ **Evaluación sumaria:** Se enfoca en los logros obtenidos como resultado de las actividades efectuadas afín de establecer parámetros que coadyuven a retroalimentar y reiniciar el ciclo”.

H. Sector turismo y empleo

Un importante estudio sobre el empleo en el sector turístico (CHACALTANA, 2002), concluye que existe en el Perú una mano de obra con un bajo nivel de formación y capacitación para el servicio turístico y consecuentemente una baja calidad del servicio. Los informes de PROMPERÚ señalan que en todos los rubros existe una brecha en su satisfacción (excepto en el caso de guías turísticos), lo cual evidenciaría una baja calidad en el servicio. En Perú no existe un modelo de certificación oficial de calidad para empresas turísticas, y muy pocas empresas las obtienen por otras vías. Mientras se

construya un criterio de certificación de calidad, algunas buenas prácticas de la experiencia internacional podrían servir construir esta cultura de calidad.

I. Turismo

Desde sus orígenes, el término “turismo” ha sido asociado a la acción de “viajar por placer”. Aún hoy, muchas personas lo entienden exclusivamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. El turismo es, en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación.

J. Turismo y toma de decisiones

La política turística se constituye a partir de la política pública definida para tal fin por la Administración Nacional de Turismo. Su fuente de legitimación es el poder público surgido de la voluntad popular en una administración democrática, en donde se establecen metas, objetivos y herramientas de la misma. La política turística debe desarrollarse por la naturaleza propia de la actividad de una manera interdisciplinaria e interinstitucional. La política turística no debe ser tomada, como muchas veces lo ha sido, como una política sectorial que forma parte de la política económica.

La política turística debe ser considerada una política autónoma en la gestión de un gobierno, al considerarla multidisciplinaria en cuanto su contenido y en la aplicación de sus herramientas. No existen políticas turísticas, sino una sola política turística como la definida por el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020 actualización 2011. La política turística posee por lo tanto actores,

niveles de actuación, herramientas y se desarrolla en diferentes planos de actuación. Alejandro García, 2011.

2.3 Definición de términos

Actores turísticos

Los actores turísticos de un territorio y sus relaciones son un elemento necesario para la articulación efectiva del espacio turístico, ya que cobran valor especial en las estrategias y las acciones que tienen que emprenderse en dicho territorio y sus relaciones son un elemento necesario para la articulación efectiva del espacio turístico, ya que cobran un valor especial en las estrategias y las acciones que tienen que emprenderse en dicho territorio para adaptarse a la nuevas condiciones del contexto.

Se van a considerar los siguientes actores turísticos, administraciones públicas, empresa de servicios turísticos, grupo de interés empresarial, agencia sociales locales, personas que poseen recursos turísticos, y personas que generan opinión e influencia. (Rafael Merinero, Elias Zamora – 2009).

Aliados estratégicos

Es un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente. Esta forma de cooperación se encuentra entre las fusiones y adquisiciones y el crecimiento orgánico. Las alianzas estratégicas ocurren cuando dos o más organizaciones se unen para conseguir beneficios mutuos.

Los Aliados son aquellos organismos, instituciones o personas con los que la Entidad Territorial establece relaciones de colaboración / cooperación, basadas en el mutuo beneficio, y confianza, en el compartir conocimientos y en una adecuada integración con el fin de

sacar adelante la Estrategia de Gobierno. (Universidad la Gran Colombia - Marzo de 2011).

Desarrollo turístico

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce, 1991).

Eventos académicos

Un evento es ante todo una herramienta de gestión táctica del área Marketing y de Relaciones Públicas de una empresa o institución. Es decir importa beneficios tanto sea para la prosecución de los objetivos comerciales como para los comunicacionales e institucionales. Asimismo, por la naturaleza de los temas con lo que trabaja imagen, vinculación con los públicos, negocios, posee claras connotaciones estratégicas, de forma tal que un evento reporta una serie acciones que impactan en las metas organizacionales de corto, mediano plazo y largo plazo. A continuación un breve repaso de los eventos académicos.

Un evento académico se puede decir que es un espacio creado por las empresas, profesionales, etc. Complementando la formación adquirida en la universidad, instituto y/o colegio. Es una oportunidad que tienen los interesados de realizar un trabajo de calidad tanto en su contenido, como en su forma; de tal manera que su contenido se positivo para cada uno de los participantes y se puedan cumplir sus objetivos propuestos por dicho evento. Los eventos académicos se realizan para que profesionales de ciertas áreas, lugar o afición lo aprovechen y enriquezcan su formación integral.

- **Congreso:** es un tipo de evento donde se hace una confrontación entre un grupo de personas de la misma especialidad

y/o interés. De esta manera haciendo un intercambio de experiencias, opiniones, toma de decisiones, problemas y/o planeación. Al final del evento se elabora una memoria.

- **Simposio:** que es un tipo de evento donde por medio de charlas, discusiones o pequeñas exposiciones verbales, con el objetivo de presentar información completa sobre un tema determinado y al final debe hacerse una síntesis y un trabajo recolector de la documentación existente sobre dicho tema.
- **Foro:** es un evento donde un grupo en su totalidad discute un tema.
- **Taller:** es un evento donde el profesor o instructor transmite la información la cual debe estar relacionada con lo que el participante realiza habitualmente por medio de asesorías y por medio de varias técnicas de aprendizaje. hecho o problema, conducido por un coordinador.
- **Convención:** es un evento donde se exponen diferentes situaciones de un tema general y/o específico, y además se llega a una decisión o propuesta.
- **Seminario:** en este evento académico se expone lo más reciente de temas generales con conferencistas previamente seleccionados

Queda dicho entonces que a través de un evento se pueden alcanzar múltiples propósitos. Un evento nos acerca la posibilidad de fortalecer nuestra realidad institucional y promover nuevas formas de relacionamiento corporativo. A partir de un evento podemos, inclusive, incrementar nuestra cartera de clientes o podemos iniciar un proceso para lograrlo. A diferencia de otras herramientas de comunicación y marketing, un evento nos abre una puerta para contactar en tiempo

real a clientes potenciales muy difíciles de persuadir, a los que hemos intentado abordar a través de múltiples acciones: publicidad, marketing directo, e-mail marketing, fuerza de venta, etc., y todas han resultado infructuosas. (Yeison Bedoya García, 2012).

Satisfacción

La satisfacción del cliente es considerado como un objetivo estratégico prioritario ya que permite medir el éxito del producto—existiendo un acuerdo generalizado sobre su importancia, tanto a nivel general como en el caso concreto del turismo, aunque no exista un consenso sobre su definición, su dimensionalidad o sobre la forma de hacerlo operativo. (Laguna y Palacios, 2009).

La satisfacción del individuo refuerza su imagen percibida del destino tras la experiencia turística (Chon, 1990). Una coherente relación entre la imagen y las expectativas, se transformará en unas expectativas más favorables y realistas para un futuro encuentro con el destino turístico.

El fenómeno de asimilación plantea que la posible discrepancia entre el resultado de la experiencia de consumo y sus expectativas iniciales provoca un conflicto psicológico en la mente del consumidor. Posterior a esto, el individuo ajustará su percepción y sus expectativas para reducir o eliminar dicho molestar. Esto permite afirmar que la respuesta del consumidor (satisfacción) está orientada hacia sus expectativas, es decir, las expectativas se convierten en la base de los juicios de satisfacción. (San Martín, 2005).

La satisfacción es el sentimiento resultante de la comparación de un desempeño obtenido con relación a las expectativas de una persona. (Kotler & Keller 2006).

Esas expectativas son formadas e influenciadas por experiencias de compra anteriores, recomendaciones de amigos, otras fuentes de información, y promesas de los que participan de un

determinado sistema turístico; incluyendo al propio gestor de la localidad. Así, la expectativa debe ser administrada para que sea suficiente para atraer al turista y evitar que sea inalcanzable.

Resalta la fuerte relación que existe para el consumidor entre el valor y su satisfacción pues en la medida en que el producto es percibido como "de valor", el consumidor logra sus objetivos y la satisfacción es una consecuencia natural. Así, el factor crítico para que los clientes compren repetidas veces un mismo bien y transiten el camino hacia la fidelidad es la satisfacción que obtiene con su uso.

Potencial humano

Es el conjunto de conocimientos, habilidades y competencias que posee una persona, lo que posibilita su rendimiento exitoso en cualquier puesto de su nivel o en otro superior y dentro de la Organización o Empresa.

El individuo promedio emplea únicamente una parte de la totalidad de su potencial. En comparación con lo que deberíamos ser, somos a medias; nuestra leña está húmeda, nuestro esquema, refrenado: estamos empleando sólo una parte de nuestras reservas mentales y físicas.

Turismo

Define al Turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de una persona o grupo de personas de su lugar habitual y permanente de residencia hacia otro lugar de manera temporal, voluntaria y sin finalidad de buscar trabajo en el lugar visitado. (Organización Mundial del Turismo (OMT),1925).

Turismo sostenible

El concepto de Desarrollo Sostenible fue introducido por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en el informe de Brundtland en 1987, definiéndolo como aquél “desarrollo que satisface

las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias”.

El concepto de Turismo Sostenible posee numerosas acepciones:

Según la Federación de Parques de Nacionales y Naturales, el Turismo Sostenible lo constituyen “todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad”.

CAPÍTULO III

METODOLOGIA DE INVESTIGACION

3.1 Tipo de estudio

Tipo y nivel de la investigación: La presente investigación es de tipo cualitativa y cuantitativa.

Alcance de la investigación

El tema de investigación es de carácter:

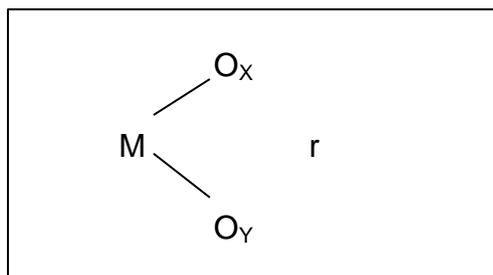
- Exploratorio; porque el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes.
- Descriptivo; porque busca especificar propiedades, características de la influencia que tienen las capacitaciones en el desarrollo de la actividad turística.
- Correlacional; porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación entre las variables.

3.2 Diseño del estudio

La presente investigación Asume y es un estudio de corte transversal o transaccional. Porque la toma de las muestras se van a desarrollar en un tiempo determinado.

3.2.1 Diseño de investigación (técnica de análisis de datos)

Asume el diseño correlacional y se manifiesta con el siguiente diagrama.



Dónde:

M es la muestra de investigación

O_x es la observación de la variable X: Influencia de las capacitaciones

O_y es la observación de la variable Y: Desarrollo de la Actividad Turística.

r: es el grado de relación entre ambas variables

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población: DIRCETUR Y ACTORES TURISTICOS

3.3.2 Muestra: ESPECIALISTA EN TURISMO (LIC. DEYSI BERROCAL) Y ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, RESTAURANTES, AGENCIA DE VIAJES Y GUIAS.

Se utilizó un enfoque no probabilístico para la aplicación de encuesta de los siguientes prestadores de servicios turísticos: los seleccionados son aquellos que se encuentran involucrados más con el tema del turismo y por ser reconocidas.

-ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE: Puerto Amazónico, Cabaña quinta, Centenario, Paititi, Jose Antonio.

-RESTAURANTES: Burgos, Azadazo, Cabaña Quinta.

-AGENCIAS DE VIAJES: Bello Horizonte, Paradise, Carlos expedición, Tarántula, Tambopata tours, the loutre, Tambopata ecolodge.

-GUIAS OFICIALES DE TURISMO:

El enfoque que se utilizó es Probabilístico donde encontramos 300 guías acreditados en la base de datos de la DIRCETUR - MDD.

- 194 guías locales.
- 63 guías de otras regiones (laboran en la ciudad de Puerto Maldonado).
- 43 licenciados en turismo y ecoturismo inscritos para trabajar como guías

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

$$n = \frac{300 * 0,5^2 * 1.96^2}{0,05^2(300 - 1) + 0,5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{300 * 0.25 * 3.8416}{0.0025(299) + 0.25 * 3.8416}$$

$$n = \frac{288.12}{1.7178} = 167.726$$

$$N = 168$$

3.4 Métodos y técnicas

Es no probabilístico o intencional, porque la población y la elección de los elementos no dependen de la probabilidad sino de las características de la investigación, para ello la toma de muestras se realizaran.

Las técnicas para la recopilación de datos van a ser: la encuesta, para ambas variables. Los instrumentos son: un cuestionario para medir la influencia de la capacitación en el desarrollo de la actividad turística. Los resultados van a enriquecer el conocimiento científico, desde el punto de vista teórico, al llenar vacíos en cuanto a la relación entre la influencia de las capacitaciones dadas por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo en el desarrollo de la actividad Turística así mismo se contrastara la información de los distintos actores con la lista de participantes o lista de asistentes en las distintas charlas organizadas por la DIRCETUR.

3.5 Tratamientos de los datos.

El procesamiento de datos se ha realizado a través de la hoja de cálculo Excel, para ello se trabajó con las siguientes muestras:

- Guías se ha trabajado con una población total de 168,
- Hospedaje se ha trabajado con 05 establecimientos que tienen afluencia de turista (Puerto Amazónico, Cabaña quinta, Centenario, Paititi, Jose Antonio),
- Restaurantes con 03 (Burgos, Azadazo, Cabaña Quinta)

- Agencias de viajes con 07 (Bello Horizonte, Paradise, Carlos expeditions, Tarántula, Tambopata tours, the loutre, Tambopata ecolodge).

CAPÍTULO IV

RESULTADO DE TRABAJO DE INVESTIGACION

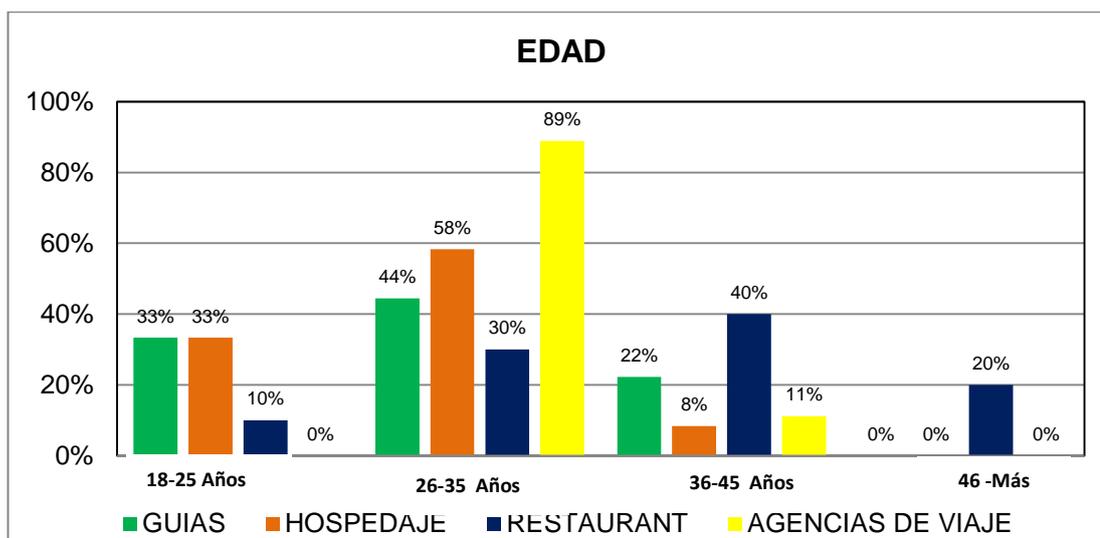
4.1 Resultados obtenidos de la aplicación de instrumentos.

Tabla 1: Edad

EDAD	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
18-25 años	33%	33%	10%	0%
26-35 años	44%	58%	30%	89%
36-45	22%	8%	40%	11%
46-Más	0%	0%	20%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 1: Edad



Fuente propia

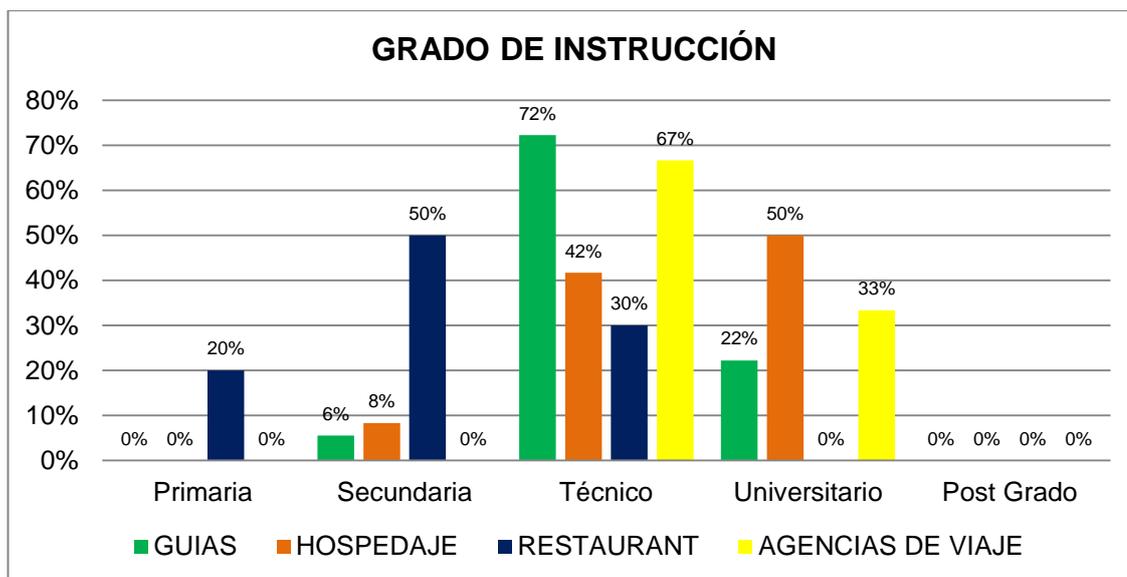
- Los que prestan el servicio de guiado tienen una edad entre 26 a 35 años representando por un 44%, el 33% tiene una edad entre 18 a 25 años, y el 22% de los guías tiene una edad entre 36 a 45 años, siendo estos los que mayor experiencia tienen en el campo.
- Los trabajadores de los establecimientos de hospedaje tienen una edad entre 26 y 35 años representado por un 58%, el 33 % tiene una edad entre 18 a 25 años y el 8% tiene una edad entre 36 a 45 años.
- El personal que labora en los restaurantes tiene una edad entre 36 y 45 años representado por un 40%, el 30% tiene una edad entre 26 a 35 años, el 20% tiene una edad de 46 a más años y el 10% tiene una edad de 18 a 25 años.
- Los que laboran en las agencias de viajes tienen una edad entre 26 a 35 años representado por el 89% y el 11% tiene una edad entre 36 a 45 años.
- El personal que labora en las diferentes empresas que prestan servicios turísticos en la ciudad de Puerto Maldonado tiene una edad promedio de 26 a 35 años representado por un 56% que se encuentran contribuyendo a un buen servicio.

Tabla 2: Grado de Instrucción

GRADO DE INSTRUCCIÓN	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Primaria	0%	0%	20%	0%
Secundaria	6%	8%	50%	0%
Técnico	72%	42%	30%	67%
Universitario	22%	50%	0%	33%
Post Grado	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 2: Grado de instrucción



Fuente propia

- Los que prestan el servicio de guiado en su mayoría tienen el grado de instrucción de Técnicos representado por un 72%, el 22% son profesionales, y solo un 6% tiene el grado de instrucción de secundaria.
- Los que laboran en los establecimientos de hospedaje tienen el grado de instrucción de universitario representado por un 50%, el 42% tiene el grado de técnico y sólo el 8% tiene el grado de instrucción de secundaria.
- Los que laboran en los restaurantes tienen el grado de instrucción de secundaria en su mayoría representado por un 50%, el 30% tiene el grado de técnico, y por último el 20% tiene el grado de instrucción de primaria.
- Los que laboran en las agencias de viajes en su mayoría tienen el grado de instrucción de técnico representado por un 67% y el 33% tienen el grado de instrucción de universitario.
- El capital humano hoy en día es fundamental para ser competitivo sin embargo en la ciudad de Puerto Maldonado se ha demostrado que para la prestación de servicio turístico en las diferentes actividades se cuenta en su mayoría con personal de grado de instrucción superior

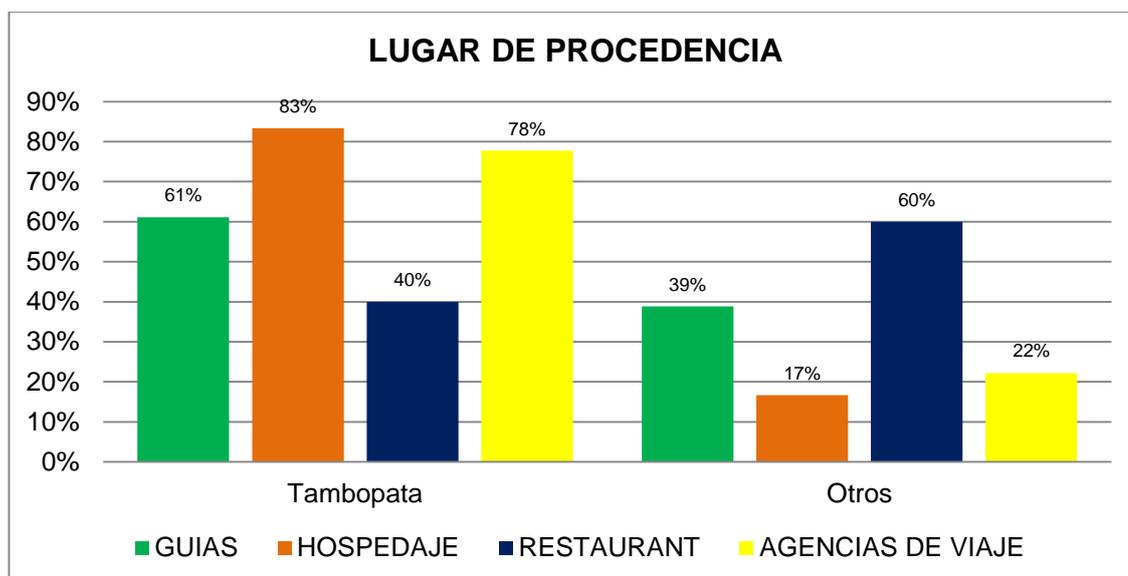
no universitaria representado por un 52% y existe un menor porcentaje que cuenta con personal universitario.

Tabla 3: Lugar de Procedencia

LUGAR DE PROCEDENCIA	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Tambopata	61%	83%	40%	78%
Otros	39%	17%	60%	22%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 3: Lugar de procedencia



Fuente propia

- Los que prestan servicio de guiado en su mayoría son de nacidos en Tambopata y están representados por un 61%, y por otro lado el 39% manifestaron que son de otros lugares.
- Los que laboran en los establecimientos de hospedaje en su mayoría son nacidos en Tambopata y están representados por el 83%, y el 17% que manifestaron que son de otros lugares.

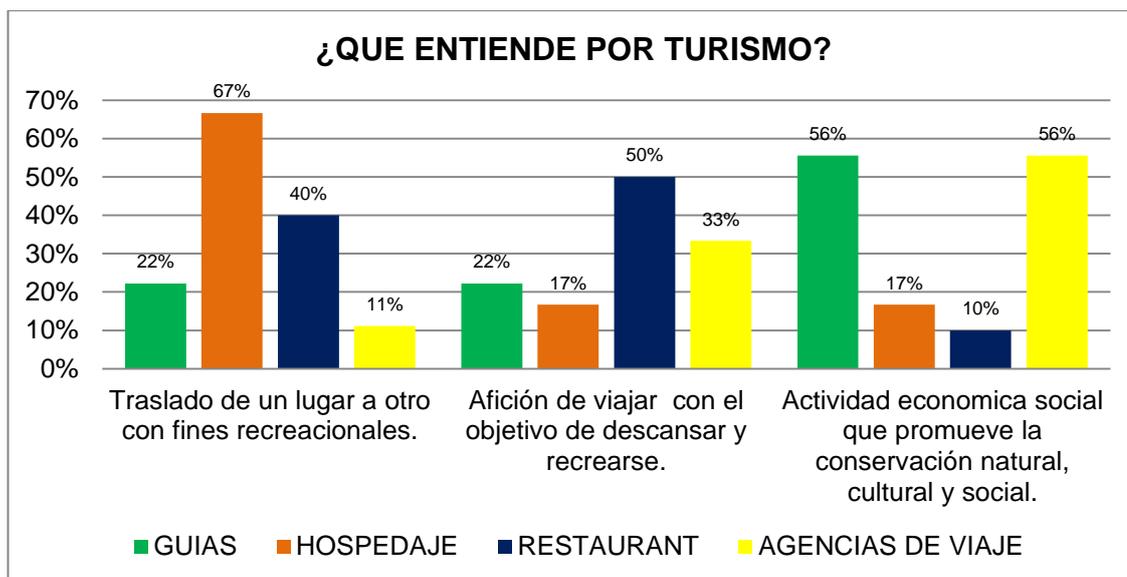
- Los que laboran en los restaurantes en su mayoría son de otros lugares y están representados por el 60%, y el 40% de trabajadores manifestaron que son de Tambopata.
- Los prestadores de servicio turístico de las agencias de viajes tienen en su mayoría trabajadores de Tambopata y están representado por el 78% y solo un 22% manifestaron que son de otros lugares.
- Los trabajadores que laboran en los diferentes rubros turísticos en su mayoría son de la ciudad de Puerto Maldonado representado por un 65.5 %, por lo cual se demuestra que la actividad turística genera empleo y contribuye al desarrollo local.

Tabla 4: ¿Qué entiende por turismo?

QUE ENTIENDE POR TURISMO	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Traslado de un lugar a otro con fines recreacionales.	22%	67%	40%	11%
Afición de viajar con el objetivo de descansar y recrearse.	22%	17%	50%	33%
Actividad económica social que promueve la conservación natural, cultural y social.	56%	17%	10%	56%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 4: ¿Qué entiende por turismo?



Fuente propia

- Los guías en un 56% entiende por turismo como una “Actividad económica social que promueve la conservación natural, cultural y social”, un 22% entiende por turismo como el “Traslado de un lugar a otro con fines recreacionales”, finalmente el 22% entiende por turismo como “Afición de viajar con el objetivo de descansar y recrearse”.
- El personal que labora en los establecimientos de hospedaje el 67% entiende por turismo como “Traslado de un lugar a otro con fines recreacionales”, un 17% entiende por turismo como “Afición de viajar con el objetivo de descansar y recrearse” y finalmente el 17% entiende por turismo como una “Actividad económica social que promueve la conservación natural, cultural y social”.
- Del personal que labora en los restaurantes entienden por turismo como la “Afición de viajar con el objetivo de descansar y recrearse” representado por un 50%, un 40% entiende por turismo como el “Traslado de un lugar a otro con fines recreacionales” y en su minoría solo el 10% entiende por turismo como la “Actividad económica social que promueve la conservación natural, cultural y social”.
- Del personal que labora en las agencias de viajes el 56% entiende por turismo como “Actividad económica social que promueve la

conservación natural, cultural y social”, un 33% entiende por turismo como la “Afición de viajar con el objetivo de descansar y recrearse” y el 11% menciona que el turismo es el “Traslado de un lugar a otro con fines recreacionales”.

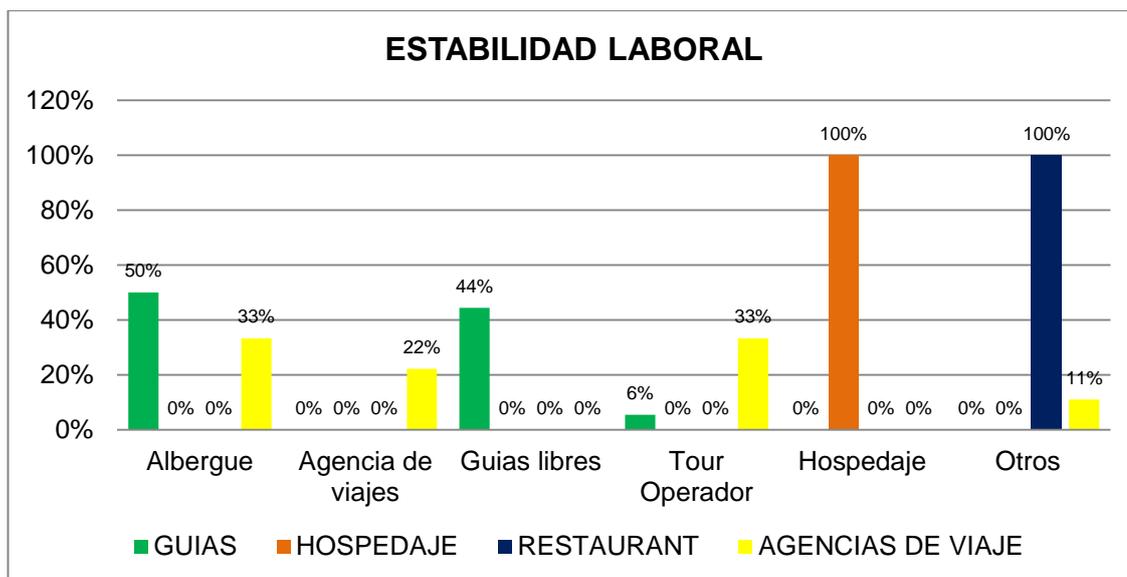
- El personal que labora en los servicios de guiado y las agencias de viajes entienden por turismo como una actividad económica social que promueve la conservación natural, cultural y social mientras que los hospedajes y restaurantes ven al turismo como la afición de viajar con fines de recreacionales.

Tabla 5: Estabilidad Laboral

CENTRO DE LABOR	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Albergue	50%	0%	0%	33%
Agencia de viajes	0%	0%	0%	22%
Guías libres	44%	0%	0%	0%
Tour Operador	6%	0%	0%	33%
Hospedaje	0%	100%	0%	0%
Otros	0%	0%	100%	11%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 5: Estabilidad Laboral



Fuente propia

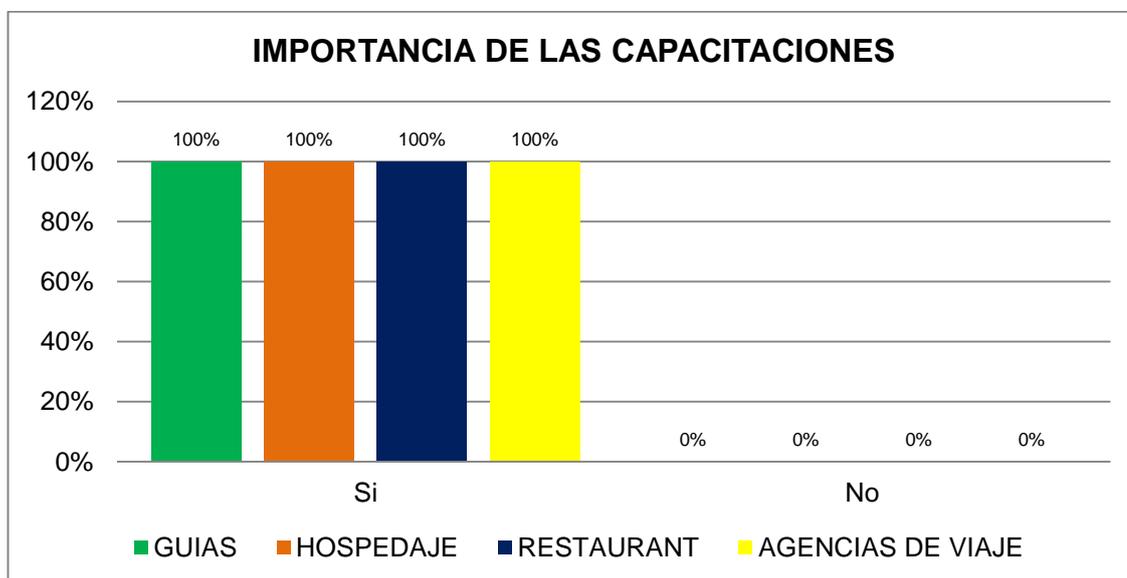
- Los que prestan servicio de guiado el 50% labora en Albergue, el 44% labora como Guías Libres y solo el 6% labora como Tours operadores.
- De las agencias de viajes el 33% labora en los Albergue, el 33% labora como tours operadores, el 22% labora en agencias de viajes directos, y el 11% labora en otros.
- Los establecimientos de hospedajes y restaurantes no se encuentran ligadas netamente al rubro del turismo por lo cual mantienen a su personal tanto en temporada baja como alta, mientras que los guías y las agencias de viajes si se encuentran ligados netamente al turismo por lo cual en temporada baja muchos de ellos dan vacaciones forzadas a su personal debido a la estacionalidad de la actividad turística.

Tabla 6: Importancia de las capacitaciones

CONSIDERA IMPORTANTE LAS CAPACITACIONES.	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Si	100%	100%	100%	100%
No	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 6: Importancia de las capacitaciones



Fuente propia

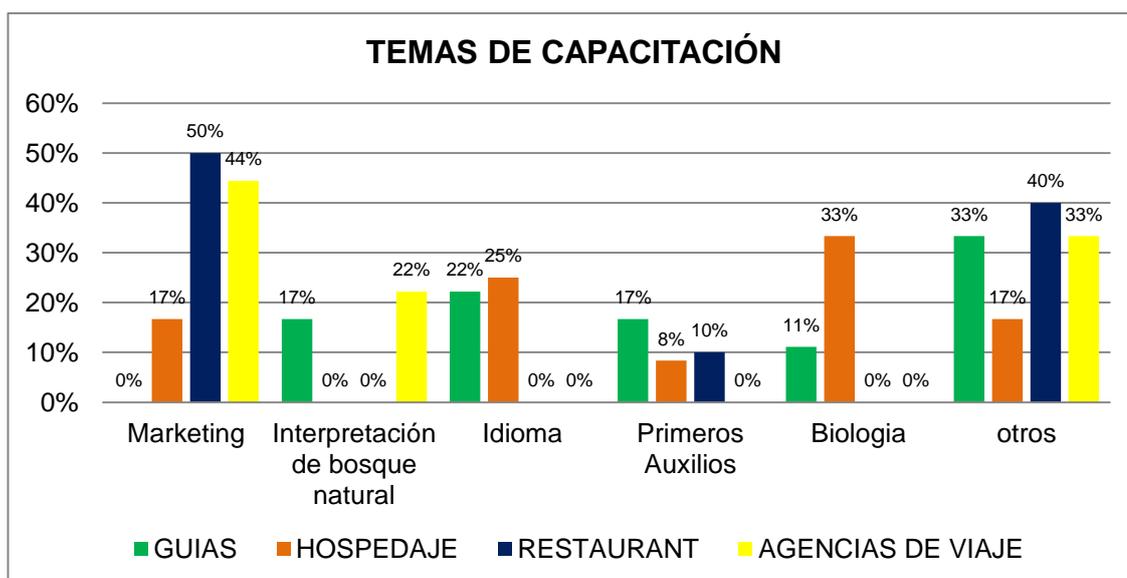
- Para el capital humano en la actualidad las capacitaciones son un factor fundamental para ser competitivo y prestar un servicio de calidad, por ello todos los prestadores de servicios turísticos; guías, hospedaje, restaurant y agencias de viajes manifestaron que las capacitaciones son importantes para su desarrollo profesional representado por el 100%

Tabla 7: Temas de capacitaciones

EN QUE TEMAS	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Marketing	0%	17%	50%	44%
Interpretación de bosque natural	17%	0%	0%	22%
Idioma	22%	25%	0%	0%
Primeros Auxilios	17%	8%	10%	0%
Biología	11%	33%	0%	0%
otros	33%	17%	40%	33%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente Propia

Gráfico 7: Temas de capacitaciones



Fuente Propia

- El 33% de los prestadores de servicios de guiado no especifican los temas que han recibido capacitaciones, el 22% señalaron haber recibido capacitaciones en Idioma, el 17% en Interpretación de bosque natural, el 17% en Primeros Auxilios y por último el 11% ha recibido capacitaciones en Biología.

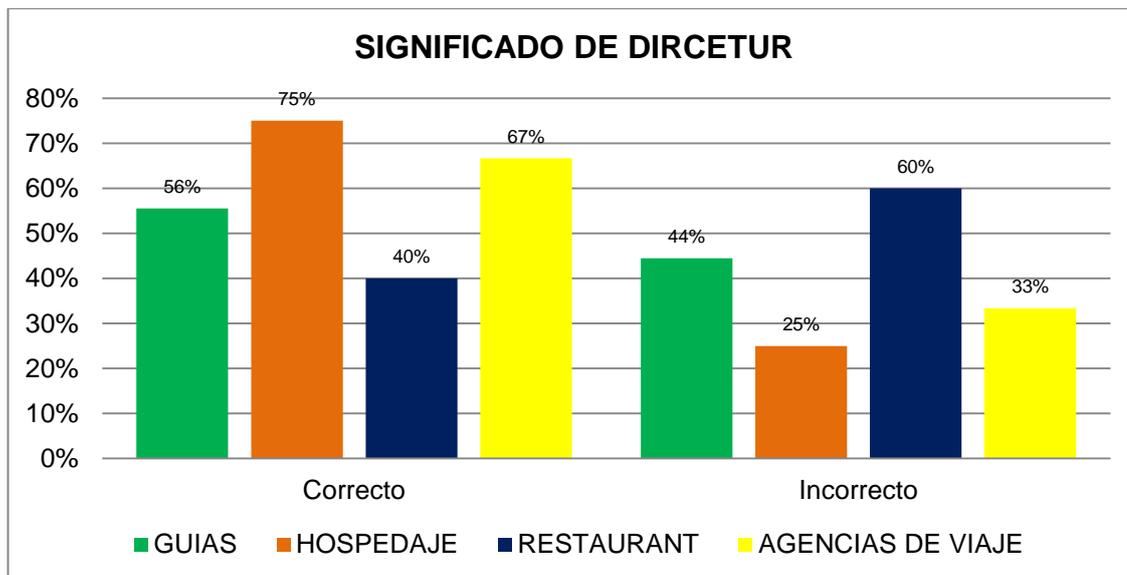
- Los prestadores de servicios de los establecimientos de hospedajes señalaron haber recibido capacitaciones organizadas por la DIRCETUR; el 33% en tema de Biología, el 25% en Idioma, el 17% han recibido capacitaciones en Marketing, el 17% no especifica en que temas han recibido capacitaciones, el 8% en primeros auxilios.
- Los restaurantes el 50% ha recibido capacitaciones en Marketing, el 40% no especifica en que temas han recibido capacitaciones y el 10% recibió capacitación en primeros auxilios.
- Las agencias de viajes han recibido capacitaciones en temas de Marketing representado por el 44%, el 33% no especifica en que temas recibieron capacitaciones y un 22% manifiestan haber recibido capacitaciones en interpretación de bosque natural.
- Las capacitaciones recibidas por los prestadores de servicios turísticos consideran que es muy importante ya que enriquece sus conocimientos y mejoran su desempeño en su centro laboral, sin embargo se ha evidenciado que las capacitaciones son generales es por ello la inconcurrencia de los involucrados en el turismo, ya que no se realizan capacitaciones en la especialidad del interesado, donde los establecimientos de hospedaje y restaurantes han manifestado que han recibido capacitaciones en temas que no son de su especialidad y están más enfocados para las agencias de viajes y guías de turismo como en los temas de biología y marketing.

Tabla 8: Significado de las siglas DIRCETUR

SABES QUE SIGNIFICA LAS SIGLAS DIRCETUR.	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Correcto	56%	75%	40%	67%
Incorrecto	44%	25%	60%	33%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 8: Significado de las siglas DIRCETUR



Fuente propia

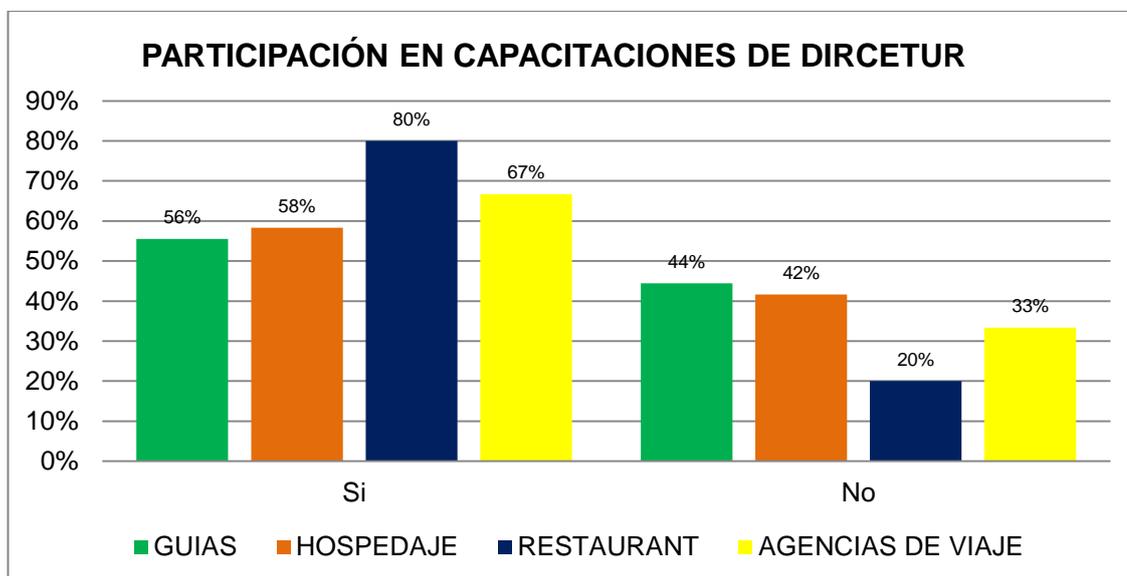
- Los que prestan el servicio de guiado el 56% ha contestado correctamente lo que significa la sigla DIRCETUR y el 44% ha contestado incorrectamente o simplemente desconocían de las siglas.
- Los establecimientos de hospedaje en su mayoría contestaron correctamente el significado de la siglas DIRCETUR representado por un 75% y el 25% contestaron incorrectamente.
- Los restaurantes el 60% contesto incorrectamente el significado de las siglas DIRCETUR y el 40% contesto correctamente.
- Las agencias de viajes el 67% contesto correctamente el significado de las siglas DIRCETUR y el 33% contesto incorrectamente.
- De los prestadores de servicio turístico existe un promedio del 40.5% que desconocen el significado de las siglas DIRCETUR, pero si saben que es una institución pública dedicada a turismo.

Tabla 9: Participaciones en capacitaciones de la DIRCETUR

HAS PARTICIPADO EN CAPACITACIONES DESARROLLADAS POR LA DIRCETUR	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Si	56%	58%	80%	67%
No	44%	42%	20%	33%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 9: Participaciones en capacitaciones de la DIRCETUR



Fuente propia

- Los que prestan el servicio de guiado el 56% manifestó que SI ha recibido capacitaciones organizadas por la DIRCETUR y el 44% dijo que NO porque no tenían conocimiento.
- Los establecimientos de hospedaje el 58% manifestó que SI ha participado en capacitaciones organizadas por la DIRCETUR y el 42% que NO por falta de tiempo.
- Los restaurantes manifestaron que SI recibieron capacitaciones de la DIRCETUR representado por un 80% y el 20% que NO por que por falta de tiempo.

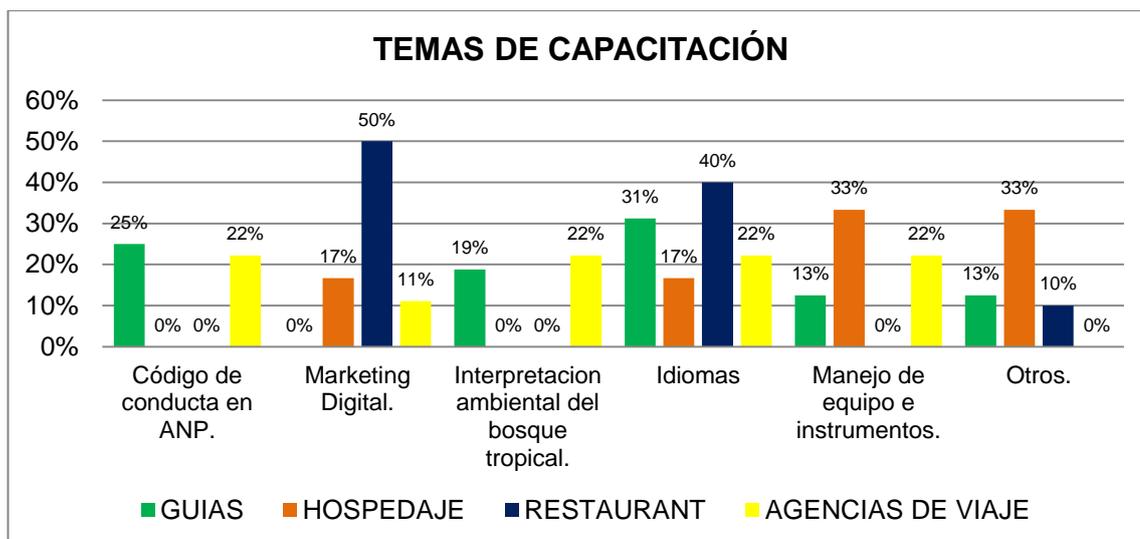
- Las agencias de viajes el 67% manifestó que SI han recibido capacitaciones y el 33% que NO porque no tenían conocimiento o es que estaban en temporada alta.
- Tanto los guías como el personal que labora en las agencias de viajes 60% manifestaron haber recibido capacitaciones sin embargo el 40 % manifestó que no asistieron por desconocimientos del evento y por falta de tiempo, asimismo se pudo evidenciar que el personal de los establecimientos de hospedaje y restaurantes el 70 % manifestó que han asistido a las capacitaciones.

Tabla 10: Temas que les gustaría recibir capacitación.

EN QUE TEMAS	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJES
Código de a en ANP.	25%	0%	0%	22%
Marketing Digital.	0%	17%	50%	11%
Interpretación al del bosque	19%	0%	0%	22%
Idiomas	31%	17%	40%	22%
Manejo de equipo mentos.	13%	33%	0%	22%
Otros.	13%	33%	10%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia

Gráfico 10: Temas que les gustaría recibir capacitación.



Fuente propia

- Los que prestan el servicio de guiado el 31% opto por recibir capacitaciones sobre Idiomas, el 25% sobre código de conducta de ANP, el 19% en interpretación ambiental del bosque tropical, el 13% en manejo de equipo e instrumentos y por último el 13% le gustaría recibir capacitaciones en otros temas de interés de acuerdo al trabajo que realizan.
- Los establecimientos de hospedaje manifestaron que les gustaría recibir capacitaciones en manejo de equipo e instrumento representado por un 33%, el 33% por otros temas de interés profesional, el 17% en Marketing digital y el 17% manifestó que les gustaría recibir capacitaciones de Idiomas.
- Los restaurantes manifestaron que les gustaría recibir capacitaciones en marketing digital representado por el 50%, por otro lado el 40% opto por idiomas y por último el 10% eligió por recibir otros temas de interés del profesional.
- Las agencias de viajes el 22% le gustaría recibir capacitaciones en código de conducta en ANP, el 22% en interpretación ambiental del bosque tropical, otro 22% en idiomas, del mismo porcentaje se encuentra manejo de equipos e instrumentos y el 11% le gustaría recibir capacitaciones en marketing digital.

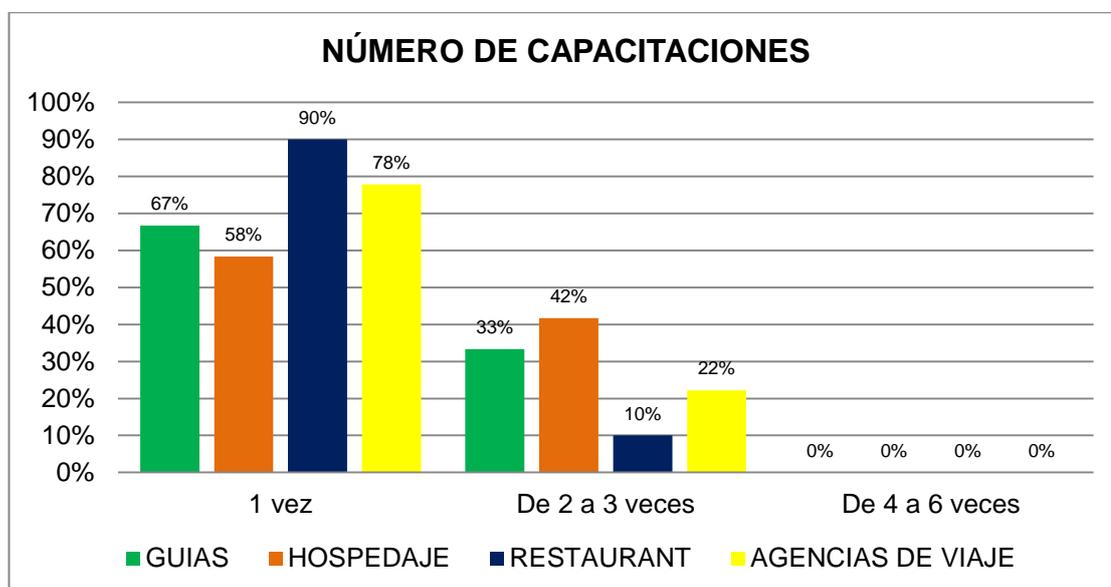
- Los prestadores de servicios turísticos manifestaron que les gustaría recibir capacitaciones en temas relacionados a su perfil profesional con el fin de mejorar su desempeño laboral.

Tabla 11: Número de capacitaciones en el año 2016

NÚMERO DE CAPACITACIONES EN EL AÑO 2016	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
1 vez	67%	58%	90%	78%
De 2 a 3 veces	33%	42%	10%	22%
De 4 a 6 veces	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia.

Gráfico 11: Número de capacitaciones en el año 2016



Fuente propia.

- Los que prestan el servicio de guiado el 67% ha participado una vez en las capacitaciones organizadas por la DIRCETUR y el 33% asistió de 2 a 3 veces.

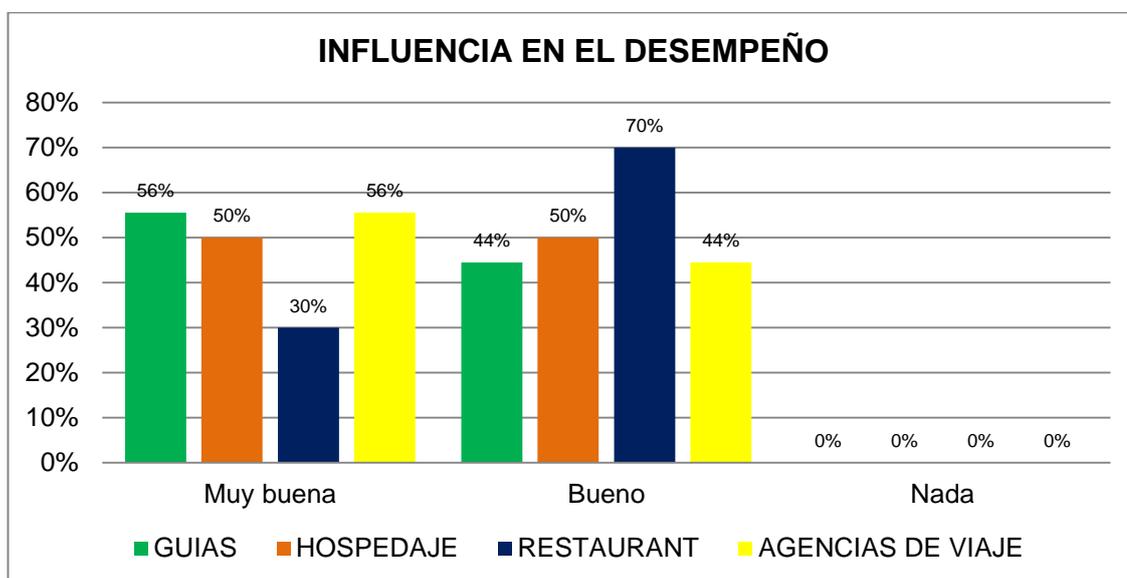
- Los que laboran en los establecimientos de hospedaje el 58% ha participado una vez en la capacitaciones organizadas por la DIRCETUR y el 42% asistió de 2 a 3 veces.
- Los que laboran en los restaurantes el 90% participo una vez en las capacitaciones organizadas por la DIRCETUR y solo el 10% participo de 2 a 3 veces.
- Los que trabajan en las agencia de viajes el 78% participo una vez en las capacitaciones organizadas por la DIRCETUR y el 22% participo de 2 a 3 veces.
- Los prestadores de servicios turísticos que laboran manifestaron haber asistido de 1 a 3 veces a las capacitaciones organizadas por la DIRCETUR, las agencias de viajes y los que prestan el servicio de guiado manifestaron que no pueden asistir a las demás capacitaciones ya que se realizan en temporadas altas y no se encuentran informados y en caso de los restaurante y establecimientos de hospedajes no existe continuidad por parte de las empresas turísticas para mejorar el capital humano de sus trabajadores.

Tabla 12: Influencia de las capacitaciones en el desempeño laboral

LAS CAPACITACIONES QUE RECIBES INFLUYEN EN TU DESEMPEÑO LABORAL.	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Muy buena	56%	50%	30%	56%
Bueno	44%	50%	70%	44%
Nada	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia.

Gráfico 12: Influencia de las capacitaciones en el desempeño laboral



Fuente propia.

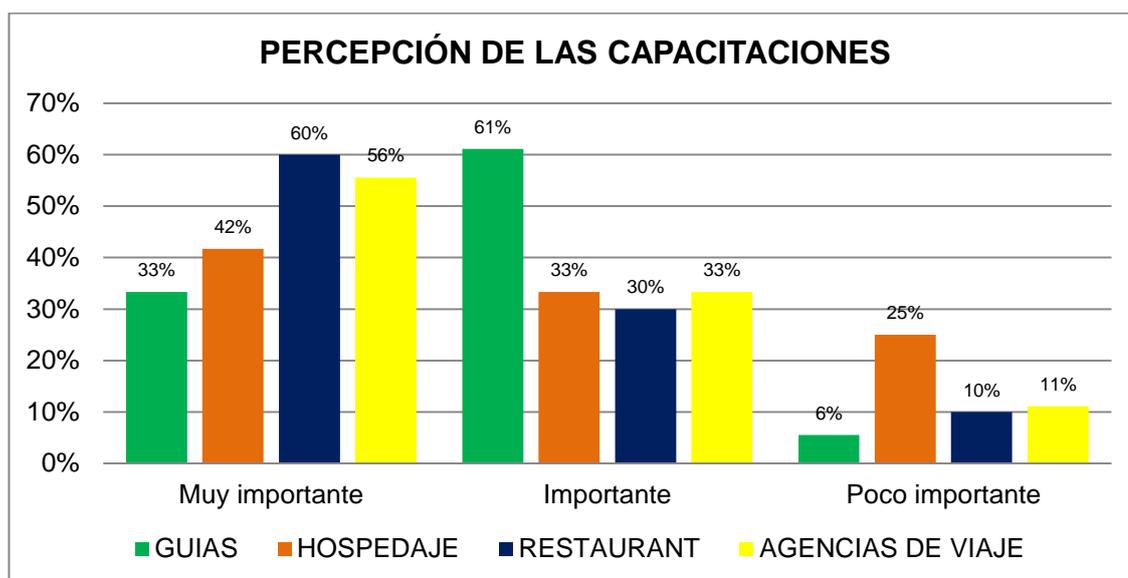
- De los que prestan el servicio de guiado el 56% considera muy buenas la influencia de las capacitaciones en su desempeño laboral y el 44% lo considera Bueno.
- De los que laboran en los establecimientos de hospedaje el 50% considera Muy buena la influencia de las capacitaciones en su desempeño laboral y el 50% lo considera Bueno.
- De los que laboran en los restaurantes el 30% considera que las capacitaciones influyen en su desempeño laboral y el 70% califico de Bueno.
- De los que laboran en las agencias de viajes el 56% califico de Muy buenas la influencia de las capacitaciones en su desempeño laboral y el 44% califico de Bueno.
- El 48% de los prestadores de servicios turísticos manifestaron como “Muy buena” las capacitaciones que reciben por parte de la DIRCETUR y que éstas influyen significativamente en su desempeño laboral y el 52% manifestó que es “bueno” debido a que no existe continuidad y los temas que desarrollan no son acorde al perfil del profesional de las cuales no lo relacionan con su desempeño laboral.

Tabla13: Percepción de las capacitaciones.

CONSIDERA QUE LAS CAPACITACIONES QUE RECIBES POR LA DIRCETUR SON:	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Muy importante	33%	42%	60%	56%
Importante	61%	33%	30%	33%
Poco importante	6%	25%	10%	11%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente propia.

Gráfico 13: Percepción de las capacitaciones.



Fuente propia.

- De los prestadores de servicio turístico que brindan servicio de guiado el 61% consideran “Importante” las capacitaciones que reciben por parte de la DIRCETUR, el 33% considera “Muy importante” mientras que el 6% considera “poco importante.”
- De los prestadores de servicio turístico que laboran en los establecimientos de hospedaje el 42% consideran “Muy importante” las capacitaciones que reciben por parte de la DIRCETUR, el 33% lo considera “Importante” y el 25% de poco importante.

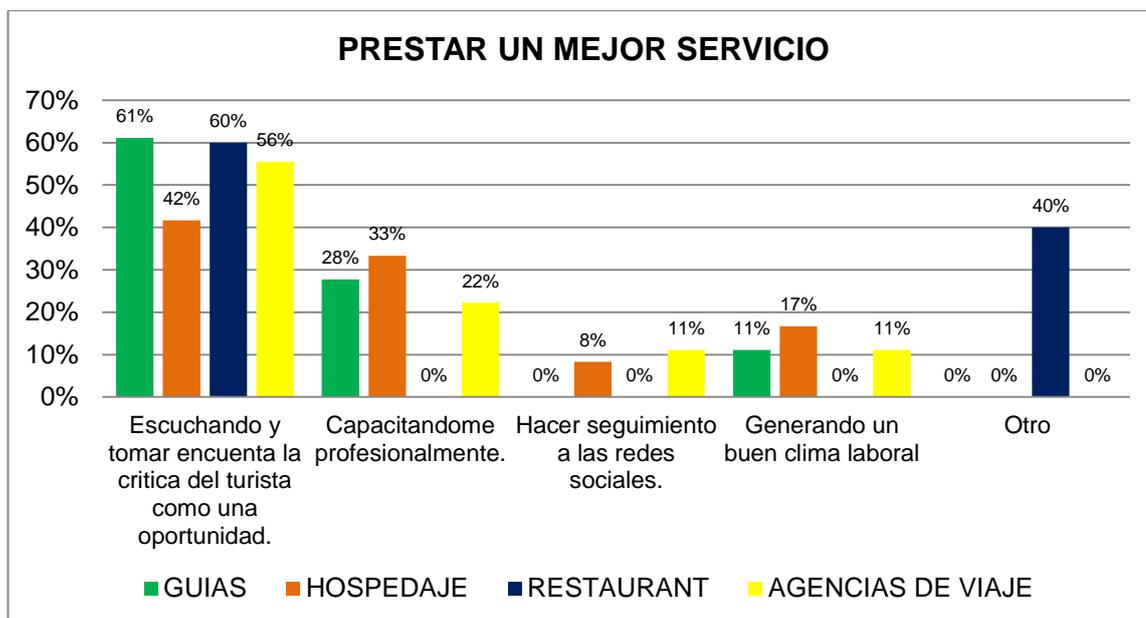
- Los prestadores de servicio turístico que laboran en los restaurant el 60% considera de Muy importante las capacitaciones que reciben por parte de la DIRCETUR, el 30% considera de importante mientras que el 10% considera de poco importante.
- Los prestadores de servicio turístico que laboran en las agencias de viajes el 56% considera Muy importante las capacitaciones que reciben por parte de la DIRCETUR, el 33% considera de Importante mientras que el 11% considera de Poco importante.
- El turismo se ha transformado en uno de los fenómenos económicos y sociales más destacados en los últimos años de la misma manera la tendencia del turismo va cambiando y por ello su personal debe estar actualizado en temas de interés acorde a su perfil profesional con el fin de que contribuyan en su desempeño laboral, de los prestadores de servicios turísticos existe un porcentaje mínimo representado por un 13 % que manifiestan que las capacitaciones son poco importante debido a que los temas son repetitivos y generales.

Tabla 14: De qué manera podrías prestar un mejor servicio

DE QUE MANERA PODRIAS PRESTAR UN MEJOR SERVICIO	GUIAS	HOSPEDAJE	RESTAURANT	AGENCIAS DE VIAJE
Escuchando y tomar en cuenta la crítica del turista como una oportunidad.	61%	42%	60%	56%
Capacitándome profesionalmente.	28%	33%	0%	22%
Hacer seguimiento a las redes sociales.	0%	8%	0%	11%
Generando un buen clima laboral	11%	17%	0%	11%
Otro	0%	0%	40%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente Propia.

Gráfico14: De qué manera podrías prestar un mejor servicio



Fuente Propia.

- Los que prestan el servicio de guiado consideran que la mejor manera de prestar un mejor servicio es “Escuchando y tomando en cuenta la crítica del turista como una oportunidad” representado por el 61%, el 28% considera “capacitándome profesionalmente” y el 11% manifiesta “Generando un buen clima laboral”.
- Los que laboran en los establecimientos de hospeda el 42% manifiesta que la mejor manera de prestar un mejor servicio es “Escuchando y tomando en cuenta la crítica del turista como una oportunidad”, el 33% considera “Capacitándome profesionalmente” por consiguiente el 17% considera “Generando un buen clima laboral” y finalmente el 8% considera “Hacer seguimiento a las redes sociales”.
- Los que laboran en los restaurantes consideran que a mejor manera de prestar un mejor servicio es “Escuchando y tomando en cuenta la crítica del turista como una oportunidad” representado por el 60%, y el 40 % no especifica.
- Los trabajadores de las agencias de viaje el 56 % considera que la mejor manera de prestar un mejor servicio es “Escuchando y tomando

en cuenta la crítica del turista como una oportunidad”, el 22% manifestó “Capacitándome profesionalmente”, y el 11% considera “Hacer seguimiento las redes sociales” así mismo el 11% manifestó generando un buen clima laboral”.

- El mercado del turismo hoy en día existe competencia laboral es por ello que los prestadores de servicios turísticos y los mismos trabajadores deben estar informado y actualizados de acuerdo a su perfil profesional con el objetivo de ser más competitivo, y una de las formas más importantes que éstos manifiestan para poder prestar un mejor servicio a sus clientes es “Escuchando y tomando en cuenta la crítica del turista como una oportunidad”, representado por el 55.25 % y en segundo lugar manifiestan capacitándose profesionalmente, representado por el 20.75 %, lastimosamente se encuentra en segundo lugar ya que los temas no son de interés y además no existe comunicación adecuada con los prestadores de servicios turísticos o se encuentran en temporada alta.

4.2 Cumplimiento de las Hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

Hi: Las capacitaciones desarrolladas por la DIRCETUR influyen significativamente para el desarrollo de la actividad turística.

No,

Porque los prestadores de servicios turísticos en primer lugar consideran más importante “escuchar y tomar en cuenta la crítica del turista como una oportunidad” para prestar un mejor servicio a través de sugerencias, recomendaciones y crítica de los clientes (turistas), representado por el 55.25% y en segundo lugar consideran “capacitándome profesionalmente” representado con un 20.75% haciendo referencia a aquellas capacitaciones que contribuyan a mejorar su perfil profesional y que están orientadas a la especialidad de los prestadores de servicios turísticos (*Ref. media de la tabla 14*).

Las capacitaciones que ha desarrollado la DIRCETUR no han estado enfocadas en el perfil profesional de los prestadores de servicio turísticos, es decir, que no han sido temas acorde a su especialidad, sin embargo el 100% de los prestadores de servicios turísticos consideran que las capacitaciones brindadas de manera apropiada y oportuna de acuerdo a la necesidad del prestador de servicio turístico son “muy importante” para su desarrollo profesional (Ref. tabla 6).

4.2.2 Hipótesis específicas

H1: Las estrategias que utiliza la DIRCETUR para el desarrollo de las capacitaciones son adecuadas.

NO,

Porque los canales de comunicación no se dan de manera adecuada y oportuna ya que muchas de las invitaciones llegan el mismo día o simplemente los prestadores de servicios turísticos no se llegan a enterar de las capacitaciones, y en el caso de algunos prestadores de servicios turísticos como son las agencias de viajes representado por un 78% y los guías de turismo representado por el 67% señalaron que tienen inconveniente ya que cuando se les hace las invitaciones éstos no pueden asistir por que se encuentran en temporada alta lo que significa que están laborando. Además los temas no son relevantes para la mejora de la calidad de servicio en el área en que se desempeñan los prestadores de servicios turísticos. (Ref. tabla 10)

H2: La DIRCETUR cuenta con aliados (actores turísticos) para el desarrollo de las capacitaciones.

SI,

De acuerdo a la entrevista realizada a la especialista en turismo, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo si cuenta con aliados estratégico como son AOATAMB (Asociación de Operarios Agroecoturísticos de Bajo Tambopata), AEEPEN (operadores turísticos de Madre de Dios), UNAMAD (Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios), SERNANP (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas), Cámara de Comercio y Cámara de Turismo. Estos aliados estratégicos trabajan de manera coordinada con el fin de concientizar a todos los prestadores de servicios turísticos.

H3: Las capacitaciones que organiza la DIRCETUR influyen significativamente en el desarrollo eficaz en la prestación de servicios turísticos.

No,

Porque se ha demostrado que los temas desarrollados en las capacitaciones brindadas por DIRCETUR son generales (*fuentes DIRCETUR base de datos de capacitaciones - 2016*), y esto se evidencia en la percepción de los prestadores de servicios. Es así, que el 33% de los establecimientos de hospedaje encuestados manifestaron haber recibido capacitaciones en tema de Biología, el 17% en otros temas como ESNA (explotación sexual contra niños, niñas y adolescentes), que no es directamente de la especialidad (*Ref. tabla 7*). Asimismo, el 50% de los prestadores de servicios de restaurantes encuestados señalaron haber recibido capacitaciones en temas de Marketing, el 40% en otros temas que son generales (*Ref. tabla 7*).

De otro lado, el 73.25% (*Ref. tabla 11*) de los prestadores de servicios turísticos encuestados manifestaron haber participado solo en “una” capacitación organizada por DIRCETUR durante el año 2016 por el poco interés a los temas expuestos, demostrando que las

capacitaciones que organizó DIRCETUR durante el año 2016 no influyeron significativamente en el desarrollo eficaz de la labor que ellos realizan, debido principalmente a que los temas que se han presentado durante las capacitaciones no han sido de la especialidad, ni tampoco afín al perfil profesional del prestador de servicio turístico.

H4: Los actores turísticos participan activamente en las charlas de capacitación que desarrolla la DIRCETUR contribuyendo a una mejor prestación de servicios.

No,

Porque el 73.25% manifestaron haber recibido solo una capacitación en el año 2016 (*Ref. media de la tabla 11*), ya que tienen dificultades en asistir por la distancia porque los actores turísticos se encuentran laborando fuera de la ciudad o la falta de interés por parte de los trabajadores sumando a esto la falta de compromiso de sus empleadores, negándoles las facilidades de capacitar a su personal de manera continua y permanente, por lo expuesto los prestadores de servicios turísticos no están participando activamente en las charlas de capacitación que organiza la DIRCETUR.

El 39.25% de los prestadores de servicios turísticos señalaron que la percepción que ellos tienen de las capacitaciones que han podido asistir son “importante” debido a que enriquece su conocimiento pero muchas de las capacitaciones son repetitivas y generales (*Ref. media de la tabla 13*).

En la actualidad la capacitación es tomada como una actividad que no recibe la prioridad que debe tener, a pesar de su reconocida importancia en un 100% (*Ref. tabla 6*), y una de las consecuencias es que no hay una organización adecuada para llevar a cabo el desarrollo de dichas capacitaciones.

CONCLUSIONES

- El personal que labora en las diferentes empresas que prestan servicios turísticos en la ciudad de Puerto Maldonado, tienen una edad promedio de 26 a 35 años, como se ha evidenciado los trabajadores que prestan el servicio de guiado están representando por un 44%, los trabajadores de los establecimientos de hospedaje representado por un 58%, el personal que labora en los restaurantes representado por un 40% y los que laboran en las agencias de viajes representado por el 89%, siendo el personal que ha venido contribuyendo para brindar un buen servicio turístico.
- El capital humano hoy en día es fundamental para ser competitivo sin embargo en la ciudad de Puerto Maldonado se ha demostrado que para la prestación de servicios turísticos en las diferentes actividades se cuenta en su mayoría con personal de grado de instrucción superior no universitaria, tal es el caso de los que prestan el servicio de guiado que en su mayoría tienen el grado de instrucción de Técnicos representado por un 72% y los que laboran en agencias de viajes en su mayoría tienen el grado de instrucción de técnico representado por un 67%, por otro lado existe un menor porcentaje que cuenta con personal universitario tal es el caso de los que laboran en los establecimientos de hospedaje tienen el grado de instrucción universitario y se encuentra representado por un 50%.
- Los trabajadores que laboran en los diferentes rubros turísticos en su mayoría son de la ciudad de Puerto Maldonado, como se demuestra de los que prestan el servicio de guiado está representado por un 61%, los que laboran en los establecimientos de hospedaje representado por un 83%, y los prestadores de servicio de las agencias de viaje representado por un 48%, por lo cual se demuestra que la actividad turística genera empleo y contribuye al desarrollo local.
- El personal que labora en los servicios de guiado representado por un 56% y las agencias de viajes representado con un 56% entienden por turismo como una actividad económica social que promueve la

conservación natural, cultural y social, mientras que los establecimientos de hospedaje representado con un 67% y restaurantes representado con un 40%, ven al turismo como la afición de viajar con fines de recreacionales.

- Los establecimientos de hospedaje y restaurantes no se encuentran ligadas netamente al rubro del turismo por lo cual mantienen a su personal tanto en temporada baja como alta, mientras que los guías y las agencias de viajes si se encuentran ligados directamente al turismo por lo cual en temporada baja muchos de ellos dan vacaciones forzadas a su personal debido a la estacionalidad de la actividad turística. Siendo así, se muestra que el 50% de los guías labora en albergues, el 44% labora como guías libres y el 6% labora como tours operadores. En el caso de agencias de viaje el 33% labora en los Albergue, el 33% labora como tours operadores, el 22% labora en agencias de viajes directos, y el 11% labora en otros.
- Para el capital humano en la actualidad las capacitaciones son un factor fundamental para ser competitivo y prestar un servicio de calidad, por ello todos los prestadores de servicios turísticos; guías, hospedaje, restaurant y agencias de viajes manifestaron con un 100% que las capacitaciones son importantes para su desarrollo profesional.
- Los prestadores de servicio turístico consideran que las capacitaciones que organiza la DIRCETUR son muy importantes ya que enriquecen sus conocimientos y mejoran su desempeño en su centro laboral, sin embargo se ha evidenciado que las capacitaciones son generales es por ello la inconcurrencia de los involucrados en el turismo, ya que no se realizan capacitaciones en la especialidad del interesado, donde los establecimientos de hospedaje representado por un 33% y restaurantes representado por el 50% han manifestado haber recibido capacitaciones en temas de Biología y Marketing que no son de su especialidad ya que los temas de capacitación están más enfocados las agencias de viajes y guías de turismo como en los temas de biológicas e interpretación de bosque natural.

- De los prestadores de servicio turístico existe un 44% de guías, 25% de los que laboran en hospedaje, 60% de los que laboran en restaurante y 33% de los que laboran en agencia de viaje desconocen el significado de las siglas DIRCETUR, pero si saben que es una institución pública dedicada a turismo.
- Tanto guías como el personal de los establecimientos de hospedaje el 60% manifestaron haber recibido capacitaciones sin embargo el 40 % manifestó que no asistieron por desconocimientos del evento y por falta de tiempo, asimismo se pudo evidenciar que el personal de los establecimientos de hospedaje y restaurantes el 70 % manifestó que han asistido a las capacitaciones.
- Los prestadores de servicios turísticos que laboran manifestaron haber asistido de 1 a 3 veces a las capacitaciones organizadas por la DIRCETUR, las agencias de viajes y los que prestan el servicio de guiado manifestaron que no pueden asistir a las demás capacitaciones ya que se realizan en temporadas altas y no se encuentran informados y en caso de los restaurante y establecimientos de hospedaje no existe continuidad por parte de las empresas turísticas para mejorar el capital humano de sus trabajadores.
- El 48% de los prestadores de servicios turísticos manifestaron como “Muy buena” las capacitaciones que reciben por parte de la DIRCETUR y que éstas influyen significativamente en su desempeño laboral y el 52% manifestó que es “bueno” debido a que no existe continuidad y los temas que desarrollan no son acorde al perfil del profesional de las cuales no lo relacionan con su desempeño laboral.
- El turismo se ha transformado en uno de los fenómenos económicos y sociales más destacados en los últimos años de la misma manera la tendencia del turismo va cambiando y por ello su personal debe estar actualizado en temas de interés acorde a su perfil profesional con el fin de que contribuyan en su desempeño laboral, de los prestadores de servicios turísticos existe un porcentaje mínimo del 25% que manifiestan que las capacitaciones son poco importante debido a que los temas son repetitivos y generales.

- Por último llegamos a la conclusión que la Dirección Regional de Comercio Exterior y turismo no está cumpliendo con la satisfacción de los prestadores de servicios turísticos en el tema de capacitaciones, tratándose de una institución pública vemos que existe falta de prioridad política e institucional de la gestión turismo; escasa presencia en las propuestas de los trabajadores de la DIRCETUR en su plan operativo institucional. por lo tanto el trabajo que viene realizando no está contribuyendo en desarrollo de la actividad turística teniendo en cuenta que la mayor parte de los recursos a utilizar se encuentran en manos de la DIRCETUR ya que es el ente principal direccional, responsable de proponer y ejecutar la política regional de la actividad turística.

RECOMENDACIONES

PRIMERO: La DIRCETUR debe ver la necesidad de las competencias de todos los actores turísticos para poder realizar las capacitaciones apropiada a la realidad y necesidad de éstos, acorde al perfil profesional de los prestadores de servicios turísticos.

SEGUNDO: La capacitaciones deben desarrollarse en una fecha adecuada es decir en el caso de Agencias de Viajes y Guías deben de realizarse en temporada baja con el objetivo de garantizar la asistencia de los prestadores de servicios turísticos.

TERCERO: Una vez realizada y recibida las capacitaciones por parte de los prestadores de servicios turísticos la DIRCEUR deberían realizar un seguimiento a los participantes para ver si las capacitaciones cumplen con sus objetivos.

CUARTO: El profesional que realiza las capacitaciones tenga conocimiento y conozca la realidad del destino y respecto al lenguaje debe de ajustarse según el público objetivo.

QUINTO: Utilizar los canales de difusión adecuados, que permitan realizar la promoción y difusión de los eventos organizados, para garantizar la participación de los actores turísticos, contribuyendo al desarrollo de la actividad turística.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

1. Ceballos L. Hector (1996); *Ecoturismo, naturaleza y desarrollo sostenible* Mexico: Diana.
2. Delgado G. José Luis, (2000). “*Importancia de la capacitación en los recursos humanos*”. *Hitos de ciencias económico administrativo*, pp. 21 – 24.
3. Erreyes V. Soraya M. (2013); *Diseño de un plan integral de capacitación turística para los taxistas de la ciudad de Loja – Ecuador*.
4. Farfán E. Verónica, Salvador C. Verónica, Chang G. Jose; *plan de capacitación y apoyo para el desarrollo del agroturismo*. Disponible: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1838/1/3638.pdf>
5. Hernandez S. Roberto, Fernanadez C. Carlos, Baptista L. Pilar (2006); *Metodología de la investigación quinta edición – Mexico*.
6. Martínez C. Verónica (2005) “*Propuesta de un Modelo de Capacitación Basado en Competencias para las PYMES del Sector Hotelero de la Cd. de Huajuapán de León, Oaxaca*”. Huajuapán de León. Marzo.
7. Mincetur y PromPerú (2014); “*Programa De Capacitación En Gestión De Destinos Y Planificación De Productos Turísticos*” PERÚ .
8. Negrón O. César Augusto (2013); *Perfil del Turista de Tambopata*; Rainforest Alliance – Perú.
9. O. Blake Juan (1997) ; Bohlander (1999); Herberth (2010); Gore Ernesto (1998) , K. Davis (1992); Siliceo (1996); *Recursos Humanos y el Empleo (2012)*; *La capacitación : un recurso dinamizador de las organizaciones – Argentina (Buenos Aires)*.
10. Obed D. (2000); Alejandro (2011); Merinero Rafael; Zamora Elias (2009); Universidad la Gran Colombia (2011); Pearse (2011); Bedoya G. Yeison (2012); Laguna y Palacios (2009); Chon (1990); San Martin (2005); Kotler y Keller (2006); Woodruff (1997)- Tesis “*Evaluación de las estrategias de capacitación del programa de capacitación laboral juvenil pro joven*” Pontificia Universidad Católica del Perú.

11. Patricio P. Geovanny (2014), *Plan integral de capacitación turística para los prestadores del servicio de transporte turístico terrestre del cantón rio bamba, provincia de Chimborazo, amanta.*
12. Philip K. Jesús, Flores Z. Javier; John James Y C. Makens (2011) - *Marketing turístico*; 5ta edición Pearson Educación, S.A., Madrid.
13. Rainforest Alliance (2005); *Capacitación del personal*; Delgado G. José L. (2000); *Importancia de la Capacitación en los Recursos Humanos*
14. Silva P. Verónica; *Capacitación en la actividad turística*
15. Velasco G. María (2009); *Gestión Turística del Patrimonio Cultural: Enfoques para un desarrollo sostenible del Turismo Cultural* - Universidad de Murcia; España
16. Vargas F. Tania y Alfonso P. Deysi (2011), *Modelo sistémico de gestión de la capacitación para el turismo sostenible en viñales* - Cuba.

ACRÓNIMO

- **AGOTUR** : Asociación de Guías oficiales de Turismo.
- **DIRCETUR**: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.
- **MPT** : Municipalidad Provincial de Tambopata.
- **ONG**: Organización no Gubernamental.
- **SERNANP** : Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas.
- **UNAMAD**: Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES
<p>General ¿COMO INFLUYE LAS CAPACITACIONES DE LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO?</p>	<p>General DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LAS CAPACITACIONES DE LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO</p>	<p>General H_a: LAS CAPACITACIONES DESARROLLADAS POR LA DIRCETUR INFLUYEN SIGNIFICATIVAMENTE PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.</p>	<p>Variable X: INFLUENCIA DE LAS CAPACITACIONES</p>	<p>2. EVENTOS ACADEMICOS</p>	<p>1.1 Charlas 1.2 Talleres 1.3 Fórum 1.4 Simposio 1.5 Seminarios 1.6 Conferencia 1.7 Congreso</p>
<p>Específicos a) ¿ QUE ESTRATEGIAS UTILIZAN LA DIRCETUR PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES?</p>	<p>Específicos a) DETERMINAR LAS ESTRATEGIAS QUE UTILIZAN LA DIRCETUR PARA EL DESARROLLO DE LAS</p>	<p>Específicas H₁: LAS ESTRATEGIAS QUE UTILIZA LA DIRCETUR PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES SON ADECUADAS.</p>	<p>Variable Y: DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA</p>	<p>2.CAPACITACIONES</p> <p>3.ALIADOS ESTRATEGICOS</p>	<p>2.1Numero de capacitaciones 2.2Especializaciones 2.3Resultados</p> <p>3.1 UNAMAD 3.2 MPT 3.3 SERNANP 3.4 AGOTUR</p>

<p>b) ¿CUALES SON LOS ALIADOS ESTRATEGICOS QUE TIENE EL DIRCETUR PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES?</p> <p>c) ¿ LAS CAPACITACIONES INFLUYEN EFICAZMENTE EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA?</p> <p>d) CUAL ES LA POBLACION BENEFICIARIA DE LA CAPACITACIÓN TURISTICA?</p>	<p>CAPACITACIONES</p> <p>b) IDENTIFICAR LOS ALIADOS ESTRATEGICOS QUE TIENE EL DIRCETUR PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES.</p> <p>c) DEMOSTRAR LA EFICACIA DE LAS CAPACITACIONES EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.</p> <p>d) INDENTIFICAR LA POBLACION BENEFICIARIA DE LA CAPACITACIÓN TURISTICA</p>	<p>H₂: LA DIRCETUR CUENTA CON ALIADOS (ACTORES TURISTICOS) PARA ELDESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES.</p> <p>.</p> <p>H₃: LAS CAPACITACIONES INFLUYEN SIGNIFICATIVAMENTE EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.</p> <p>H₄: LAS CAPACITACIONES ESTAN DIRIGIDAS A LOS ACTORES TTCOS</p>			<p>3.5 ASOC. TAXIS 3.6 ONGs</p> <p>Actores Turísticos: 3.7 3.8 Porcentaje de la población que participa en las capacitaciones sobre de interés turístico.</p>
--	--	---	--	--	---

Anexo 2: Instrumento

CUESTIONARIO PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS

1. NOMBRE (opcional): _____

2. EDAD

- a) 18- 25 años
- b) 26-35
- c) 36-45
- d) 46-55
- e) 56 o más

3. GRADO DE INSTRUCCIÓN:

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Técnico
- d) Universitario
- e) Post grado
- f) Otro (especifique)

4. LUGAR DE PROCEDENCIA

- a) Madre de Dios (Provincia
Distrito) _____
- b) Otro departamento
(¿cuál?) _____

5. QUE ENTIENDE POR TURISMO

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. CENTRO DE LABOR

- a) Albergue
- b) Asociación de Taxista
- c) Agencias de viajes
- d) Guías Libres
- e) Tour Operadores
- f) Hospedaje
- g) Otro (especificar) _____

7. TIEMPO QUE LABORA

- a) Meses ¿Cuántos? _____
- b) Años ¿Cuántos? _____

7. CONSIDERA IMPORTANTE LAS CAPACITACIONES

- a) SI
- b) No

Porque? _____

8. LE GUSTARIA RECIBIR CAPACITACIONES

- a) SI
- b) No

EN QUE TEMAS

.....

.....

.....

.....

9. EXISTE UN PLAN DE FORMACION Y CAPACITACION DENTRO DE SU CENTRO DE LABOR

- a) SI
- b) No

10. SABES QUE SIGNIFICA LA SIGLAS DIRCETUR

11. LA DIRCETUR – MADRE DE DIOS ES EL ENTE RECTOR EN TURISMO, USTED ESTA INSCRITO?

- a) SI
- b) No

SI LA RESPUESTA ES “SI” MENCIONE EN QUE TEMAS HA SIDO CAPACITADO
 SI LA RESPUESTA ES “NO” PASE A LA ULTIMA PREGUNTA.

- a) Código de conducta en Áreas naturales.
- b) Marketing digital
- c) Interpretación ambiental del bosque tropical
- d) Primeros auxilios.
- e) Idiomas.
- f) Manejo de equipos e instrumento.
- g) Manejo de conflictos.
- h) Actitud de servicio, la empatía y la capacidad de establecer relaciones interpersonales al ejercer su función
- i) Turismo Rural Comunitario
- j) Otros (especifique)

.....

12. NUMERO DE CAPACITACIONES EN EL AÑO 2016

- a) 1 vez
- b) De 2 a 3 veces
- c) De 3 a 5 veces
- d) Más de 10 veces

13. LA CAPACITACION QUE RECIBES INFLUYE EN TU DESEMPEÑO LABORAL DE MANERA:

- a) Muy buena
- b) Bueno
- c) Nada

14. CONSIDERA USTED QUE LAS CAPACITACIONES RECIBIDAS POR LA DIRCETUR SON:

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco Importante
- d) Relevante

15. DE QUE MANERA PODRIA PRESTAR UN MEJOR SERVICIO AL TURISTA

- a) Escuchando y tomar en cuenta la crítica del turista como una oportunidad.
 - b) Capacitándome profesionalmente.
 - c) Hacer seguimiento a las redes sociales.
 - d) Generando un buen clima laboral.
 - e) Otro (Especifique)
-

CUESTIONARIO PARA LA

DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

1. QUE ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SE NECESITA PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. CONSIDERA UD. QUE LAS CAPACITACIONES MEJORAN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.

SI
NO

3. QUIENES SON SUS ALIADOS ESTRATEGICOS PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES? (MENCIONE)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. QUE TIPO DE EVENTOS ACADEMICOS REALIZA?

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

5. Y CUANTOS HAN RALIZADO EL AÑO 2016?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

6. EN QUE ESPECIALIDADES SE HAN DESARROLLADO LAS CAPACITACIONES EN EL AÑO 2016?

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

7. QUIENES HAN SIDO SU PÚBLICO OBJETIVO PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES EN EL AÑO 2016?

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

8. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL PROBLEMA PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Anexo 3: Solicitud de validación de instrumento

Puerto Maldonado, 9 de febrero del 2017

Señora;

Daysi Berrocal – Directora de Turismo – DIRCETUR

Vilma Huaman – Docente de Ecoturismo –UNAMAD

Carlos Peña – Docente de Ecoturismo - UNAMAD

Presente.-

Asunto: *Validación de Instrumentos por Juicio de Expertos.*

Me es grato dirigirme a Usted, a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario anexo, el cual será aplicado a las (agencia de viaje, hospedajes, guías, asoc. de taxista, albergue, porcentaje de la población que participa en la capacitaciones sobre de interés turístico) por cuanto considero que sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actualmente, titulado: **“INFLUENCIA DE LAS CAPACITACIONES EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO – 2016”**. Esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de Licenciado

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Por otra parte se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Adjunto:

- Instrumentos de Evaluación (encuestas)
- Formato de Opinión de Expertos
- Matriz de Consistencia del Proyecto

Sin otro particular, hago uso de la ocasión para expresarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente

.....

Karla Beingolea Irarica

.....

Maleny Gonzales Camargo

5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad																		
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la variable en evaluación																		
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos																		
8	COHERENCIA	Entre las variables, indicadores y/o dimensiones																		
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																		

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

--

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

--

Lugar y fecha	DNI N°	Firma del Experto Informante	Telefono N°

INSTRUMENTOS VALIDADOS



INSTRUMENTOS DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Pena Urbilio Carlos A.	Docente	Influencia	Karla B./ Matery G.

Título del Proyecto:
Influencia de las capacitaciones en el desarrollo de la actividad

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				REGULAR				BUENO				MUY BUENO				EXCELENTE			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	CLARIDAD Es formulado con lenguaje apropiado										X										
2	OBJETIVIDAD Está expresado en conductas observables											X									
3	ACTUALIDAD Está acorde con los cambios en el turismo											X									
4	ORGANIZACIÓN Existe una organización lógica											X									
5	SUFICIENCIA Comprende los aspectos de cantidad y calidad								X												
6	INTENCIONALIDAD Adecuado para valorar la variable en evaluación										X										
7	CONSISTENCIA Basado en aspectos teóricos científicos										X										
8	COHERENCIA Entre las variables, indicadores y/o dimensiones											X									
9	METODOLOGÍA La estrategia responde al propósito del diagnóstico																				X

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

--

IV.- PROMEDIO DE VALORACIÓN:

--

Pena, 13 febrero 2017	10665118		972709291
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del Experto Informante	Telefono N°



INSTRUMENTOS DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
HUAMAN BERROCAL VILMA	DOCENTE		
Título del Proyecto:			

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE			REGULAR				BUENO			MUY BUENO			EXCELENTE							
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1	CLARIDAD										X											
2	OBJETIVIDAD														X							
3	ACTUALIDAD													X								
4	ORGANIZACIÓN														X							
5	SUFICIENCIA											X										
6	INTENCIONALIDAD														X							
7	CONSISTENCIA													X								
8	COHERENCIA													X								
9	METODOLOGÍA														X							

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

--

IV.- PROMEDIO DE VALORACIÓN:

--

puerto Maldonado 12/02/2017	29691933		
Lugar y fecha	DNI: ...		



INSTRUMENTOS DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
<i>Barracal Sedano Perpi</i>	<i>Especialista en Turismo</i>		
Título del Proyecto:			

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				REGULAR				BUENO				MUY BUENO				EXCELENTE			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	CLARIDAD Es formulado con lenguaje apropiado								X												
2	OBJETIVIDAD Está expresado en conductas observables								X												
3	ACTUALIDAD Está acorde con los cambios en el turismo									X											
4	ORGANIZACIÓN Existe una organización lógica						X														
5	SUFICIENCIA Comprende los aspectos de cantidad y calidad							X													
6	INTENCIONALIDAD Adecuado para valorar la variable en evaluación								X												
7	CONSISTENCIA Basado en aspectos teóricos científicos									X											
8	COHERENCIA Entre las variables, indicadores y/o dimensiones							X													
9	METODOLOGÍA La estrategia responde al propósito del diagnóstico								X												

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

--

IV.- PROMEDIO DE VALORACIÓN:

<i>350 puntos</i>

<i>Rosio Maldonado / 15/02/11</i>	<i>42131071</i>	<i>[Firma]</i>	<i>994614667</i>
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del Experto/Informante	Telefono N°