

Plan de capacitación de servicios turísticos del distrito de Chazuta- región San Martín

Mg. Raimundo Ishuiza Tapullima

raimundoishuizatapullima@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-3919-4119>

Universidad Cesar Vallejo

Mtro. Jessica Del Pilar Cabel Rabines

jpcabel@unsm.edu.pe

<http://orcid.org/0000-0002-1882-4441>

Universidad Nacional de San Martín

Mtra. Karina Flores Panduro

kaflorepa@ucvvirtual.edu.pe

<http://orcid.org/0000-0003-4734-7231>

Universidad Cesar Vallejo

Dr. Juan Carlos Schrader Iñap

jcarlos.contable@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0003-3069-7200>

Universidad Cesar Vallejo

Mtro. José Gabriel Arévalo Arévalo

jogare89@gmail.com.pe

<http://orcid.org/0000-0002-3344-7373>

Universidad Cesar Vallejo

RESUMEN

El Capacitación de servicios turísticos del distrito de Chazuta Región San Martín su objetivo, fue proponer un programa orientado a mejorar los servicios turísticos en el distrito, debido a la poca afluencia turística en esta zona prodigiosa de recursos naturales y culturales. Se planteó una investigación tipo experimental, con diseño pre experimental, con una muestra 29 trabajadores, de las empresas de servicios turísticos (restaurantes, alojamientos, transporte, guías locales entre otros.) Así mismo se aplicó fichas de observación, estableciendo características edad, grado de instrucción, condición laboral posteriormente se estableció una capacitación constituida por 08 sesiones. Su resultado, los valores de X_2 Calc. y $X_{2,ab}$ son 4.51055 y 10.8510, por lo que se aceptó la hipótesis cero el plan maestro de capacitación de servicios turísticos no mejora significativamente los servicios turísticos del distrito de Chazuta,

Palabras clave: *plan de capacitación; servicios turísticos; competitividad; sostenibilidad*

Correspondencia: raimundoishuizatapullima@gmail.com

Artículo recibido: 10 julio 2022. Aceptado para publicación: 28 julio 2022.

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Como citar: Ishuiza Tapullima, R., Cabel Rabines, J. P., Flores Panduro, K., Schrader Iñap, J. C., Arévalo Arévalo, J. G. (2022) Plan de capacitación de servicios turísticos del distrito de Chazuta- región San Martín. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(4) 1727-1756. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2694

Training Plan to Improve Tourism Services in the district of San Martín Region Chazuta

ABSTRACT

Training Plan to Improve Tourism Services in the district of San Martín Region Chazuta, It was to propose a program aimed at improving tourist services in the district, due to the low tourist influx in this prodigious area of natural and cultural resources. an experimental investigation was raised with pre-experimental design, with a population sample of 29 workers belonging to major companies engaged in the provision of tourist facilities such as restaurants, lodging, transportation, local guides whose characteristics are age, educational attainment and employment status, using tools such as observation sheet, gather data matrix and a test input and one output, as a means of verifying a training package consisting of 08 learning sessions. After processing the data, it was found that the values of X^2_{Calc} and X^2_{tab} are 4.51055 and 10.8510 respectively, leading to accept H_0 , concluding that the training plan does not significantly improve tourist services in the district of Chazuta. However.

Keywords: *training plan; travel services; competitiveness and sustainability.*

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el sector turístico ha alcanzado mayor importancia como fuente de desarrollo no sólo del sector, sino también de la economía regional y nacional. Por ello, el gobierno peruano ha desarrollado, bajo la supervisión y coordinación del MINCETUR, el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), uno de los planes más importantes realizados en nuestro país en materia de desarrollo regional y ordenamiento turístico, a fin de conformar productos basados en la identidad del destino. De este modo, optimiza la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico integral del país.

El presente trabajo, está orientado a evidenciar que un plan de capacitación contribuye de manera directa al desarrollo de capacidades en los operadores de servicios turísticos como alojamientos, restaurantes, servicio de guiado e interpretación, paseos en bote, servicio telefónico e internet, en el distrito de Chazuta, que se encuentra ubicado a unos 60 km de Tarapoto, región San Martín, Perú, lugar privilegiado por su ubicación y que cuenta con una variedad de recursos naturales y es caracterizado por su gran valor cultural, donde encontramos urnas funerarias, hermosas cerámicas y a sus alrededores, desafiantes rápidos, pesca tradicional, diferentes especies de ranas, refrescantes cascadas y quebradas así como también, aguas termales y sulfurosas.

Toda esta diversidad, le hace competitivo en el tema turístico a este distrito, lo cual implica calidad de los productos y servicios bajo criterios de sustentabilidad y productividad empresarial, a fin de estar en posibilidad de generar ingresos superiores al promedio de nuestros competidores y crear bienestar entre la población. Para ello es necesario capacitar a las empresas turísticas e impulsar su desarrollo empezando por el mejoramiento de su infraestructura.

Antecedentes internacionales tenemos

Covarrubias et al (2013), El diseño y ejecución de un programa de capacitación para guías aviturísticos, implementado en el Municipio de Álamos, Sonora, en México. La finalidad, dotar de competencias y habilidades para el mejoramiento de la competitividad de los servicios, la calidad de la interpretación y el manejo de grupos, así como el conocimiento de los requerimientos legales de los guías especializados orientados hacia la naturaleza que marca la NOM-09-TUR-2002 de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) y el diseño de avetoros para incrementar su oferta

turística. Se basó en la actualizaron sus conocimientos y mejoraron sus habilidades, adoptando una actitud de servicio hacía el cliente (aviturista), buscando satisfacer sus deseos y necesidades, y con ello contribuir a mejorar su experiencia de viaje.

Para el diseño y ejecución del programa de capacitación, se utilizó la metodología de capacitación de Bohlander George et, al (2001), la cual consta de cinco etapas indispensables para su realización: evaluación de las necesidades de capacitación, identificación de los recursos, integración del plan, ejecución del plan y evaluación. El programa consistió en tres capacitaciones especializadas: I. Cultura turística para guías aviturísticos II. Calidad en el servicio para guías aviturísticos III. Diseño de rutas de aviturismo, logrando mantener la atención y participación de los asistentes durante las mismas, que se adaptaron a un lenguaje técnico pero entendible para los guías. Se pudo observar que el grado de avance que adquirieron los participantes fueron los esperados, y sus técnicas de prestación del servicio mejoraron, adquiriendo mayor seguridad y confianza al estar al frente de un grupo. Algo importante que se debe mencionar, es la buena disposición, actitud, entusiasmo y participación activa que los guías mostraron a lo largo del programa, elementos claves que determinaron el éxito.

Machado (2013), la presente investigación tuvo como objetivo determinar sobre los Productos Ecoturísticos que inciden en el Desarrollo Turístico en la parroquia La Providencia Cantón Guano, Provincia de Chimborazo, perteneciente a la zona de riesgo del volcán Tungurahua. La metodología utilizada se basó en tipo cualitativo y cuantitativo puesto que pretender determinar los paquetes ecoturísticos y su impacto positivo o negativo en el desarrollo socio-económico, problema que requiere de una investigación interna. Y es cuantitativo que se utilizaron herramientas y técnicas de la investigación como encuestas, entrevistas, las mismas que fueron dirigidas a los turistas, pobladores y autoridades de la parroquia La Providencia, el estudio fue nivel exploratorio, alcance descriptivo. La parroquia cuenta con 747 habitantes, la cual se trabajó en una muestra 129 habitantes y la muestra de turistas que arribaron al Cantón 100 visitantes y 10 autoridades del cantón. Se concluyó La Providencia a pesar de poseer potencial turístico ha sufrido el impacto eco turístico empírico, factor que ha incidido negativamente en cuanto a la economía de la población; Se establece que no existe la información necesaria sobre los atractivos turísticos por parte de la población y de los turistas; Los servicios turísticos de calidad es vital para la parroquia que recibe a

turistas y un manejo en, alojamiento, gastronomía, recreación, relaciones humanas, y al desarrollo del turismo en general; la parroquia la Providencia requiere la elaboración de paquetes turísticos donde se organice en forma técnica y de esta forma se desarrolle el turismo en este lugar.

Antecedentes nacionales, son

Álvarez et al., (2013) El trabajo consiste en un planeamiento estratégico para el desarrollo del sub-sector turismo de aventura en el distrito de Lunahuaná, zona con atractivos naturales y clima soleado en la que se lleva a cabo esta actividad, la misma que requiere de un mayor impulso y planificación para ser sostenible y competitiva en el tiempo. En la actualidad la actividad turística de aventura en Lunahuaná gira alrededor del canotaje, que puede realizarse bajo óptimas condiciones climáticas y adecuado caudal del río entre diciembre y abril, por lo que se hace necesario que otros deportes de aventura como son las caminatas, la bicicleta de montaña, la escalada en roca y el parapente, sean potenciados y explotados en la zona, para complementar la oferta turística y lograr su reconocimiento. El análisis, diagnóstico y propuesta de estrategias se apoya en herramientas de administración estratégica ampliamente conocidas y de probado resultado como son el análisis FODA, el diamante competitivo, las cinco fuerzas competitivas, las matrices PEYEA, PC y GE entre otras. Para el logro de los objetivos a largo plazo planteados se han identificado siete estrategias que harán posible el crecimiento del sub-sector turismo de aventura en Lunahuaná, que son: (a) implementar nuevas zonas y opciones de deporte de aventura, (b) promocionar el turismo de aventura, (c) alinear la oferta turística de aventura y otros atractivos de la zona según las preferencias del turista interno, (d) fomentar la capacitación de los miembros de la actividad turística, (e) fomentar la integración de los gremios de la actividad turística, (f) alinear la calidad de los servicios ofrecidos al Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR y (g) mejorar el ornato e infraestructura del distrito de Lunahuaná. El planeamiento estratégico desarrollado brinda los lineamientos generales a aplicar para fortalecer el sub-sector turismo de aventura, pero en la práctica se deberá también realizar un análisis más detallado para cada uno de los proveedores de servicios de turismo, llámese agencias de viaje, hoteles, restaurantes, operadores de turismo, etc., cuyos planes deben ser integrales y congruentes con el propuesto para la zona.

Ballón et al.(2013) , por objetivo realizar el planeamiento estratégico para el Turismo Rural Comunitario (TRC) en el corredor turístico Raqchi-Písac-Ollantaytambo sobre la base de la situación actual, en la que Perú viene experimentado un desarrollo económico resaltable a nivel mundial desde hace 10 años, en el que destacan: (a) un crecimiento económico de 8.14%, y (b) un aumento considerable del PBI, que se relacionan con las adecuadas políticas monetarias y fiscales expansivas, el crecimiento constante de la demanda externa e interna, y una mejora del clima de negocios, como bases de la estabilidad económica conseguida. En este marco, en el caso específico del corredor turístico RaqchiPísac-Ollantaytambo, conocido como el Valle Sagrado de los Incas, es uno de los principales atractivos de la ciudad de Cusco, por contar con numerosos productos turísticos muy bien posicionados en el mercado internacional, además de constituir un punto estratégico, que por esta vía pasan el 95% de los turistas en camino hacia el principal ícono turístico del Perú: Machu Picchu, razón por la que puede afirmarse que los emprendimientos de TRC que se encuentran a lo largo de este corredor (que conforman una mayoría de un total de 75 emprendimientos existentes en la región) tienen una muy privilegiada e inmejorable posición geográfica con respecto a un mercado potencial de servicios turísticos complementarios, en el que el 80% de las comunidades que se ubican a lo largo de este corredor brindan servicio de alojamiento y alimentación .

La metodología que se utilizó con la finalidad de lograr el objetivo propuesto, se ha realizado un análisis interno y externo del sector del TRC dentro del corredor turístico Raqchi-Písa cOllantaytambo, y se han determinado los factores claves que van de la mano con el plan estratégico en cuestión, para que, por un lado, aproveche las oportunidades existentes en la actual perspectiva de crecimiento del turismo a nivel mundial y tendencia favorable de preferencias por visitar lugares que ostentan gran diversidad cultural y lograr experiencias únicas y diferentes de un turismo convencional, y, por otro, minimice las amenazas y riesgos x existentes, por lo que, entre otros, deberá prestarse especial atención al desarrollo de una visión de largo plazo como valor de las organizaciones del TRC.

Las herramientas utilizadas indican que el sector del TRC se encuentra en la etapa de desarrollo del ciclo de vida de esta industria, lo que permitirá modelar, adaptar y diseñar sus estrategias de modelación del proceso de productos y de desarrollo de

mercados para la consecución de los objetivos de la organización, aprovechando la coyuntura de estabilidad sociopolítica y económica, que crea un escenario favorable para la inversión nacional y extranjera. Finalmente, debe señalarse que, para el plan estratégico del TRC en el corredor turístico Raqchi-Písac-Ollantaytambo, se utilizó el modelo secuencial del proceso estratégico, y se definieron las estrategias que deben seguirse en los próximos años, y cuya proyección, sobre la base de objetivos alcanzables, culmina en el año 2020

Fundamentación teórica

Formación del adulto o Andrología.

Andrología: es disciplina que se ocupa de la educación del ser humano en la etapa adulta. Este proceso debe focalizarse en el rol central que posee la experiencia durante la fase de adquisición de conocimientos.

La formación andrológica se apoya en los conocimientos ya adquiridos y en los métodos de aprendizaje personales para mejorar la situación profesional del adulto y ampliar sus conocimientos, enseñándole a utilizar mejor sus facultades interiores, cuyos *objetivos son:*(a) Desarrollar las capacidades adquiridas mediante la experiencia profesional, relacional y emotiva. (b) Detectar las potencialidades de las facultades interiores del adulto. (c) La Andrología, sitúa al cuerpo docente en un nivel de escucha y sugerencias. El formador tiene que saber qué conocimientos y métodos de aprendizaje poseen sus alumnos.

La Andragogía y sus autores.

Malcolm S. Knowles, (1913-1997) es considerado como el padre de Educación de Adultos. Introdujo la *Teoría de Andragogía* como *el arte y la ciencia de ayudar a adultos a aprender*. Consideraba que los adultos necesitan ser participantes activos en su propio aprendizaje.

Knowles expresaba que los adultos aprenden de manera diferente a los niños y que los entrenadores en su rol de facilitadores del aprendizaje deberían usar un proceso diferente para facilitar este aprendizaje. Para Knowles, hay cinco factores que detallamos más abajo, que diferencian a los adultos de los niños. En su obra **La teoría y la praxis andragógica**

Promueven el desarrollo de un ser humano capacitado y sensibilizado a los cambios que demanda el mundo postmoderno. Es por eso que el aprendizaje desde el punto de vista andragógico corresponde a un paradigma en el cual el proceso, se transforma en una interacción de iguales, donde el facilitador orienta al que aprende, y facilita la información que el usuario habrá de utilizar para enriquecimiento de sus experiencias en una actividad determinada. Se trata entonces, de una relación de Orientación – Aprendizaje.

El control parcial del participante sobre la información, organizada digitalmente con este fin, permite su interactividad; esto es, la imitación de la interacción por parte de un sistema mecánico o electrónico, que contemple como su objetivo principal, o colateral también, la función de comunicación con un usuario

Plan de capacitación; Es un instrumento de gestión que contribuye al desarrollo de la estrategia de la organización, en materia de cualificación y desarrollo de las personas a las que va dirigido. Además, está orientada a colaborar al logro de los objetivos de la institución que comprende básicamente el desarrollo de alojamientos, restaurantes, guías turísticos y orientadores locales mejoramiento del trabajo en equipo y del equipo de trabajo a través de la innovación en las prácticas gerenciales y de gestión

Herramienta utilizada para un diagnóstico de capacitación

La Observación es un instrumento que permitió percibir lo que ocurre en el entorno laboral Ofrece las ventajas de obtener la información tal cual ocurre, es independiente del deseo de informar, ya que solicita menos la cooperación activa por parte de los sujetos para determinados objetivos y otros asuntos administrativos.

Estructura del plan de capacitación

El Plan de capacitación, constituyo un conjunto de acciones formativas través de las cuales los servidores de los servicios turísticos pueden mejoras sus conocimientos, habilidades, técnicas y actitudes, de crecimiento profesional y personal

Formación de desarrollo del plan de capacitación.

El Plan de Formación de Desarrollo, constituye un conjunto de acciones formativas a través de las cuales los servidores politécnicos pueden mejorar sus conocimientos, habilidades, técnicas y actitudes, crecimiento profesional y personal.

Concepto de Capacitaciones

Existen varias formas de definir en que consiste la capacitación, entre ellas se pueden mencionar las siguientes:

- Capacitar es complementar la educación académica del empleado o prepararlo para emprender trabajos de más responsabilidad. Otras teorías manifiestan, que la capacitación es el conjunto de conocimientos sobre el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz. Como cuando se trata de mejorar las habilidades manuales o la destreza de los individuos se entra al campo del adiestramiento, el conjunto capacitación y adiestramiento se conoce con el nombre de entrenamiento en el trabajo.
- Proceso formativo aplicado de manera sistemática y organizada, con el fin de ampliar conocimientos, desarrollar destrezas y habilidades y modificar actitudes. En un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que le permitan un mejor desempeño en sus labores habituales.
- Servicio de formación que se brinda a empresarios y / o empleados con el propósito de dotarles en destrezas y habilidades en administración, finanzas, mercadeo, producción, administración de personas y otras áreas relacionadas.”

Objetivos de una capacitación

- Preparar al personal para la ejecución de las diversas tareas particulares de la organización.
- Proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo personal, no sólo en sus cargos actuales, sino también, para otras funciones para las cuales la persona puede ser considerada.
- Cambiar la actitud de las personas, con varias finalidades, entre las cuales están crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

Funciones de una capacitación

- **Transmisión de información,** El elemento esencial en muchos programas de capacitación es el contenido, distribuyendo información entre los entrenados como un cuerpo de conocimientos. A menudo, las informaciones son genéricas, referentes al trabajo: informaciones acerca de la empresa, sus productos, sus

servicios, su organización, su política, sus reglamentos, etc. puede cobijar también la transmisión de nuevos conocimientos.

- **Desarrollo de habilidades,** Sobre todo aquellas destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras, se trata de una capacitación a menudo orientada de manera directa a las tareas y operaciones que van a ejecutarse.
- **Desarrollo o modificación de actitudes.:**se refiere al cambio de actitudes negativas por actitudes más favorables entre los trabajadores aumento de la motivación, desarrollo de la sensibilidad.
- **Desarrollo de conceptos:** La capacitación puede estar conducida a elevar el nivel de abstracción y conceptualización de ideas y de filosofías, ya sea para facilitar la aplicación de conceptos en la práctica administrativa o para elevar el nivel de generalización, capacitando gerentes que puedan pensar en términos globales y amplios.
- **Resolver problemas:** La alta dirección enfrenta cada día más la necesidad de lograr metas trascendentes con altos niveles de excelencia en medio de diversas dificultades financieras, administrativas, tecnológicas y humanas. Si bien los problemas organizacionales son dirigidos en diferentes sentidos, la capacitación constituye un eficaz proceso de apoyo para dar solución a muchos de ellos.

Tipos de capacitación.

Cuando las organizaciones invierten en la capacitación de los empleados, ¿Qué están ofreciendo? La capacitación en destrezas interpersonales es una prioridad para muchas organizaciones. A continuación, se describen los principales tipos de capacitación que proporcionan las organizaciones:

- **Destrezas Interpersonales:** Incluye liderazgo, entrenamiento, destrezas de comunicación, resolución de conflictos, creación de equipos, servicio al cliente, conciencia cultural y de la diversidad, otras destrezas interpersonales.
- **Técnica:** Capacitación y conocimiento de productos, procesos de ventas, tecnologías de la información, aplicaciones de cómputo, otras destrezas técnicas necesarias para realizar un trabajo en particular.
- **Empresarial:** Finanzas, marketing, optimización, de procesos, calidad, planeación estratégica, cultura organizacional.

- **Obligatoria:** Seguridad, salud, acoso sexual y otras disposiciones legales.
- **Gestión del desempeño:** Cualquier capacitación que ayude a un empleado a mejorar su desempeño laboral.
- **Solución de problemas y toma de decisiones:** Definición de problemas, evaluación de las causas, creatividad en el desarrollo de alternativas, análisis de alternativas, selección de soluciones.
- **Personal:** Planeación de carreras, administración del tiempo, bienestar, finanzas personales administración del dinero, cómo hablar bien en público.

Métodos de capacitación

La capacitación de empleados se puede proporcionar en formas tradicionales, incluyendo la capacitación en el trabajo, la rotación de empleos, la enseñanza y el adiestramiento, los ejercicios de experiencia, los cuadernos de ejercicios y manuales, o las conferencias en el salón de clases; Sin embargo, muchas organizaciones dependen cada vez más de métodos de capacitación basados en la tecnología, debido a su facilidad de acceso, menor costo y su capacidad de proporcionar información.

Métodos tradicionales de capacitación

- **En el trabajo:** Los empleados aprenden a realizar las tareas luego de una introducción inicial a la misma.
- **Rotación de empleos:** Los empleados llevan a cabo diferentes trabajos en un área en particular, siendo expuestos a diversas tareas.
- **Enseñanza y capacitación:** Los empleados trabajan con alguien experimentado que proporciona información, apoyo y ánimo; en ciertas industrias, se conoce también como aprendiz.
- **Ejercicios de experiencia:** Los empleados participan en representación de roles, simulaciones u otros tipos de capacitación frente a frente.
- **Cuadernos de ejercicios y manuales:** Los empleados utilizan cuadernos de ejercicios y manuales para obtener información.
- **Conferencias en el salón de clases:** Los empleados asisten a conferencias diseñadas para transmitir información específica.

Métodos de capacitación basados en tecnología.

- **CD-ROM, DVD, cintas de video, cintas de audio:** Los empleados escuchan o ven medios seleccionados que transmiten información o demuestran ciertas técnicas.

- Videoconferencias, tele conferencias, televisión por satélite: Los empleados escuchan o participan conforme la información que se transmite o se demuestran ciertas técnicas.
- Aprendizaje: Aprendizaje basado en Internet donde los empleados participan en simulaciones multimedia u otros módulos interactivos

Programa de capacitación.

Los programas de capacitación se proponen mantener y mejorar el desempeño actual en el trabajo.

La capacitación al empleado es una experiencia de aprendizaje porque busca un cambio relativamente permanente en el individuo que mejorará su capacidad para desempeñarse en un puesto de trabajo. Normalmente se dice que la capacitación puede incluir cambios en las habilidades, los conocimientos, las actitudes o la conducta. Esto puede significar que los empleados cambien lo que saben, cómo trabajan y sus actitudes hacia su trabajo, o su interacción con sus compañeros y su supervisor.

Los programas de capacitación están orientados hacia el presente; se centran en los puestos de trabajo actuales de los individuos, estimulando habilidades y capacidades específicas para desempeñar inmediatamente su trabajo. Específicamente, necesitará aprender las políticas y costumbres de la organización, la información del producto y otras prácticas de ventas pertinentes. Esto, por definición, es capacitación en el trabajo, o capacitación diseñada para que una persona sea más eficaz en su puesto actual.

El aprendizaje es fundamental para el éxito de toda persona, es algo que la acompaña a lo largo de toda su vida laboral. Pero por el bien del aprendizaje mismo, éste no se da de la nada. Al contrario, depende de varios sucesos, y la responsabilidad del aprendizaje es una experiencia compartida entre el maestro y el alumno

Fines de la capacitación turística

- Introducir en los pueblos donde se desarrolla el turismo, el conocimiento del patrimonio turístico de los mercados de oferta.
- Interrelacionar la cultura de los visitantes con el de los mercados de la oferta turística.
- Lograr que los visitantes mediante los mercados de oferta sean los portavoces de nuestra cultura.

- Crear conciencia turística en la población receptora, operadores turísticos, así como de los que nos visitan.

Definición del turismo.

Susana Puig Martí (2012, p.9). Define al turismo en la suma total de actividades y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año.

El turismo es una actividad socioeconómica, psicobiológica que motivado por el tiempo libre, la voluntad de viajar y poseer dinero, se crea en el hombre la necesidad de desplazarse desde su lugar de origen a otro de destino con fines de realizar actividades de recreación, adquirir nuevas experiencias con la interrelación de nuevas sociedades de un mercado receptor, en donde intervienen los componentes, primario y derivado de la oferta turística.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declara al turismo como "... un fenómeno socio - económico, cuyo objetivo último consiste en mejorar la calidad de vida en conformidad con las exigencias de la dignidad humana..."(Declaración de Manila el 10 septiembre de 1980).

Es una verdad convergente y no excluyente de la realidad humana, cuando se proclama la realización plena del ser humano, lo que se traduce en: Un mejoramiento de la calidad de vida, Una mayor integración humana, Un mayor conocimiento de la variedad del universo, una alternativa de desarrollo técnico, económico y social de los pueblos. El Turismo es un fenómeno socio-cultural, porque implica grandes movimientos de masas de población, en estos movimientos se interrelacionan turistas y residentes, fortaleciendo el intercambio cultural de los pueblos.

Así también el turismo provoca la llegada de la modernidad, el traslado de hábitos de un lugar a otro al igual que la cultura. Es un fenómeno económico, porque permite captación de divisas, supone un ahorro interno, un proceso integral redistributivo y por ser un satisfactor de necesidades económicas, debido a la creación de puestos de trabajo, desarrollo de los recursos humanos e inversiones, lo que genera a la postre un efecto multiplicador en la economía del sector, es decir, un mayor incremento en el gasto turístico repercute sobre el ingreso y multiplica sus efectos.

Categoría y jerarquización de los atractivos



Fuente: OMT, 2013

La categorización es la clasificación de los atractivos de acuerdo a su naturaleza y morfología.

Componente primario

La clasificación del componente primario permite la identificación precisa de cada atractivo o elemento en su respectiva categoría, sub. Categoría, tipo, sub. Tipo, variedad, sub. Variedad etc. Con la finalidad de conocer su verdadera estructura y establecer la naturaleza de mayor impacto para el viajero turista. En consecuencia las categorías son.

- Sitios Naturales
- Manifestaciones Culturales
- Folklore
- Realizaciones Técnicas, Científicas, Artística Contemporáneas
- Acontecimientos Programados

Componente derivado.

La evolución de las necesidades y las aspiraciones del cliente en cuanto al componente derivado (servicio) demuestran que, en ese campo, el cliente es cada vez más exigente. Sin embargo, dicha constatación es insuficiente en sí.

La percepción del servicio se da en la calidad, hecho que varía de uno a otro cliente y no es la misma para el comprador que para el proveedor. De modo general el servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra. Para ello hay varias razones.

Categoría

Alojamiento, Es una institución de carácter público que ofrece al viajero turista alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades. Cuentan con tipos; hoteles, hostales y pensiones en tanto en los sub tipos tenemos campamentos, alberges y centros vacacionales.

Categoría: alimentación, Es una institución que tiene por objeto estar relacionado con el negocio de alimentos y bebidas, estos establecimientos dedicados a la preparación de alimentos cuentan con tipos y Subtipos, los mismos que se señalan a continuación: restaurante, bares y cafeterías

Categoría: esparcimiento, Es la acción y efecto que se produce en el trato que reciben los turistas al buscar diversión, recreo y desahogo, por las actividades activas que realizan a causa del tiempo que las ocupaciones dejan libre en el turista, ya sea en el medio ambiente natural, urbano, o rural, actividades que se traducen en caminatas excursiones, deportes y diversión. Según tipo; instalaciones deportivas, clubs nocturnos y/o discotecas, casinos, cines y teatro.

Categoría: otros servicios, está comprendido como otros servicios: las empresas intermediarias y productoras de servicios que demanda el usuario turista, tomándose en cuenta a los siguientes tipos: agencias de turismo, transporte turístico, información turística, servicio de guías de turista, comercio turístico, cambio de moneda extranjera y dotación para congreso y convenciones.

La planificación estratégica en turismo.

Según el **PENTUR (Plan Estratégico Nacional de Turismo)**, es un plan estratégico que busca integrar los recursos y servicios turísticos de interés del Perú, a fin de conformar productos basados en la identidad del destino. De este modo, optimiza la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico integral del país. La planificación estratégica busca integrar los recursos y servicios turísticos de interés de un país o una comunidad determinada, a fin de conformar productos basados en las características particulares de cada destino.

PERTUR (Plan Estratégico Regional de Turismo) nos ofrece un marco estratégico de actuación para vislumbrar y coordinar ideas que posteriormente se conviertan en acciones fuerza, es decir, en políticas gubernamentales y proyectos innovadores. Estos, orientados estratégicamente, nos permitirán dirigirnos hacia un modelo turístico

ordenado, sostenible y competitivo, proclive a una mejor integración, inclusión social, cambios culturales y, en general, a propiciar nuevos paradigmas de desarrollo.

Gestión institucional nacional y local.

Las funciones del Estado y sus herramienta de intervención relacionadas con el gasto público, implican la necesidad de identificar las funciones, niveles de actuación, el rol del Estado en los diversos niveles y las características o requisitos que se deben cumplir para una exitosa planificación de las actividades o bienes que serán financiados con los recursos públicos.

La función del estado para el desarrollo turístico.

El Estado debe realizar una serie de actividades relacionadas con el turismo: Fomentar los negocios turísticos, construir infraestructura básica (vial, telecomunicaciones, portuaria, sanitaria entre otras) desarrollar

proyectos de gestión y desarrollo turístico, regulaciones, promoción del negocio, promover la Atracción de Inversiones, asegurar un estándar de calidad turística y las posibilidades para la capacitación del personal, desarrollar y aplicar instrumentos para el desarrollo, entre varias otras.

En general: el Estado está a cargo de generar un marco de fomento de negocios y de la industria en general, procurando que se creen oportunidades de negocios y que el sector se desarrolle dentro del marco de sostenibilidad ambiental, social y económica. El rol del Estado está relacionado con el fomento del crecimiento de este sector económico, no a través de la intervención directa, como lo sería la participación en los negocios, sino a través de la entrega de un marco general económico y de facilidades de todo tipo para posibilitar y generar el desarrollo y crecimiento económico, removiendo a la vez innecesarios obstáculos, cargas burocráticas y restricciones. Estas actividades del Estado se realizan básicamente a través de la planificación y la coordinación.

Estrategia de la política turística local

Las estrategias que se adopten en temas de turismo son para hacer del mismo una actividad económica competitiva, socialmente inclusiva y ambientalmente responsable, a fin de que se convierta en herramienta de desarrollo sostenible para la localidad. Juega un papel preponderante la voluntad política de los gobernantes, para desarrollar una gestión vinculada al turismo contar con un plan estratégico, como una alternativa de inclusión para el desarrollo económico y

social; por ello es importante que las autoridades locales asuman el liderazgo en la formulación, ejecución y evaluación de programas turísticos a nivel local aprovechando sus potencialidades.

Para ello es necesario:

- Identificar y promover inversiones públicas y privadas que contribuyan con la sostenibilidad de los destinos turísticos.
- Implementar los planes de desarrollo para la mejora de la gestión de local alineados a la planificación y ordenamiento territorial.
- Asignar recursos para el aprovechamiento del potencial turístico.
- Promover la articulación público – privada para la implementación de estrategias para la promoción del turismo.

Formulación de políticas de turismo.

La formulación de una política de turismo es de importancia crucial para un gobierno que desea desarrollar o sostener el turismo como parte integral de la economía del país. La política hace referencia a un plan general y de alto nivel que incluye los objetivos, la dirección de avance estratégico y procedimientos relacionados con un sector o actividad.

Las acciones para elaborar una política de turismo comprenden:

- El rol del turismo en la economía nacional, regional y local por lo tanto la importancia se le otorga al turismo dentro de la economía nacional y con respecto a las demás industrias
- Control del desarrollo turístico, se trata de definir el tipo de turismo deseable y apropiado y cuáles serían los lugares para su implementación.
- Administración del turismo, consiste en qué nivel debe ser representado el turismo dentro de la estructura y los organismos del Estado.
- Apoyo gubernamental para el turismo y los montos que el estado asignará al desarrollo turístico.
- Impactos del turismo y los impactos positivos y negativos que generara el turismo en la sociedad, cultura y el medio ambiente y las respuestas a esos impactos.

Problemas de investigación

- ¿En qué medida el plan de capacitación mejora los servicios turísticos en el distrito de Chazuta, región San Martín 2013?

Problemas Específicos.

- a) ¿En qué medida el plan de capacitación mejora la **seguridad** en los servicios turísticos del distrito de Chazuta, región San Martín, 2013?,
- b) ¿En qué medida el plan de capacitación mejora la competitividad en los servicios turísticos del distrito de Chazuta , región San Martín 2013?;
- c) ¿En qué medida el plan de capacitación mejora la sostenibilidad en los servicios turísticos del distrito de Chazuta , San Martín 2013?

Hipótesis General: H1:

- El plan de capacitación mejora significativamente los servicios turísticos en el Distrito de Chazuta – Región San Martín, 2013.**Ho:** El plan de capacitación no mejora significativamente los servicios turísticos en el Distrito de Chazuta – Región San Martín, 2013.

Hipótesis específicas.

H1.1. El plan de capacitación mejora significativamente la **seguridad** en los servicios turísticos en el Distrito de Chazuta – Región San Martín, 2013.

H1.3: El plan de capacitación mejora significativamente la **competitividad** en los servicios turísticos en el distrito de Chazuta - Región San Martín, 2013.**H1.3**El plan de capacitación mejora significativamente la **sostenibilidad** en los servicios turísticos en el distrito de Chazuta-Región San Martín, 2013

Objetivo General

Determinar en qué medida el plan de capacitación mejora los servicios turísticos en el distrito de Chazuta- Región San Martín, 2013.

Objetivos Específicos

- Establecer en qué medida un plan de capacitación mejora la **seguridad** en los servicios turísticos en el Distrito de Chazuta - Región San Martín, 2013.
- Especificar en qué medida un plan de capacitación mejora la **competitividad** en los servicios turísticos en el Distrito del Distrito de Chazuta-Región San Martín, 2013.
- Precisar en qué medida un plan de capacitación mejora la **sostenibilidad** en los servicios turísticos en el Distrito de Chazuta-Región San Martín, 2013.

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio determinar un enfoque de investigación cuantitativo. (Hernández Sampieri et al., 2018) “El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la

siguiente y no se puede “brincar o eludir “passos, aunque luego se puede redefinir “(p.3.), El tipo de investigación aplicada o experimental, en donde el investigador interviene o manipula las condiciones de la investigación, por ende las dos características se definen a un estudio experimental en base manipulación artificial en un estudio por un lado y la aleatorización, Su diseño es pre experimental “se basa en administrar un prueba previa al estímulo o tratamiento experimental, después se administró el tratamiento y finalmente se le aplica una prueba posterior al estímulo Hernández Sampieri et al.,(2018, p.202), El grupo de trabajo consistió veintinueve personas dedicadas a la prestación de servicios turísticos como restaurantes, alojamientos, transportistas, guías locales cuyas características son edad, grado de instrucción y condición laboral, aplicando instrumentos como ficha de observación, matriz de recojo de datos y una prueba de entrada y otra de salida, como medio de verificación de un paquete de capacitación constituido por 08 sesiones de aprendizaje.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados

Tabla N° 1 Resultados Generales sobre la mejora de los servicios turísticos.

Sujeto	Prueba de Entrada			Prueba de Salida			Diferencia	
	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)
1	8	33%	Deficiente	20	83%	Excelente	12	50%
2	6	25%	Deficiente	18	75%	Excelente	12	50%
3	10	42%	Regular	19	79%	Excelente	9	38%
4	9	38%	Deficiente	19	79%	Excelente	10	42%
5	9	38%	Deficiente	19	79%	Excelente	10	42%
6	7	29%	Deficiente	20	83%	Excelente	13	54%
7	8	33%	Deficiente	19	79%	Excelente	11	46%
8	8	33%	Deficiente	19	79%	Excelente	11	46%
9	6	25%	Deficiente	20	83%	Excelente	14	58%
10	8	33%	Deficiente	19	79%	Excelente	11	46%
11	9	38%	Deficiente	20	83%	Excelente	11	46%

12	10	42%	Regular	18	75%	Excelente	8	33%
13	9	38%	Deficiente	20	83%	Excelente	11	46%
14	6	25%	Deficiente	20	83%	Excelente	14	58%
15	9	38%	Deficiente	21	88%	Excelente	12	50%
16	10	42%	Regular	19	79%	Excelente	9	38%
17	7	29%	Deficiente	19	79%	Excelente	12	50%
18	9	38%	Deficiente	20	83%	Excelente	11	46%
19	7	29%	Deficiente	19	79%	Excelente	12	50%
20	8	33%	Deficiente	18	75%	Excelente	10	42%
21	8	33%	Deficiente	20	83%	Excelente	12	50%
22	8	33%	Deficiente	20	83%	Excelente	12	50%
23	7	29%	Deficiente	19	79%	Excelente	12	50%
24	10	42%	Regular	20	83%	Excelente	10	42%
25	7	29%	Deficiente	18	75%	Excelente	11	46%
26	8	33%	Deficiente	21	88%	Excelente	13	54%
27	8	33%	Deficiente	19	79%	Excelente	11	46%
28	6	25%	Deficiente	15	63%	Regular	9	38%
29	8	33%	Deficiente	19	79%	Excelente	11	46%
X	8,03	33%	Deficiente	19,21	80%	Excelente	11,17	47%

Fuente: Aplicación de la prueba de entrada el 16-10-2013 y de la prueba de salida de fecha de 20-02-14

Interpretación.

La Tabla N° 01 evidencia que en el Pretest, el 86% (25) de sujetos muestrales, se encuentran en el nivel deficiente, mientras que el 14% (4) están en el regular. En el Posttest, el 97% (28) se encuentran en el nivel Excelente, y solo el 3% (1) están en el nivel regular. De igual manera, de los 25 sujetos muestrales que en el Pretest se ubicaron en el nivel deficiente; en el Posttest, 28 pasaron a excelente.

Tabla N° 02. Resultados Obtenidos en la Dimensión 1

Seguridad Turística

Sujeto Muestral	Prueba de Entrada			Prueba de Salida			Diferencia	
	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)
1	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
2	2	33%	Deficiente	4	67%	Regular	2	33%
3	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%
4	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%
5	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%
6	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
7	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%
8	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
9	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
10	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
11	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%
12	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%
13	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
14	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
15	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%
16	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%
17	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
18	2	33%	Deficiente	4	67%	Regular	2	33%
19	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
20	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
21	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
22	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
23	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
24	3	50%	Regular	5	83%	Excelente	2	33%

25	1	17%	Deficiente	4	67%	Regular	3	50%
26	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
27	2	33%	Deficiente	4	67%	Regular	2	33%
28	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
29	2	33%	Deficiente	5	83%	Excelente	3	50%
X	2,28	38%	Deficiente	4,86	81%	Excelente	2,59	43%

Fuente: Aplicación de la prueba de entrada el 16-10-2013 y de la prueba de salida de fecha de 28 -01-14.

Interpretación.

De la Tabla N° 02, se desprende que en la dimensión **Seguridad**, en el Pretest, el 69% (20) se encuentran en el nivel deficiente, mientras que el 31% (9) están en el nivel Regular. En el Postest, el 86% (25) están en el nivel Excelente, en tanto el 14% (4), en el nivel Regular. Los resultados indican que de los 20 sujetos uéstrales que en la prueba de entra se ubicaron en el nivel deficiente 25 lograron posicionarse al nivel Excelente

Tabla N° 03 Resultados Obtenidos en la Dimensión 2

Competitividad Turística

Sujeto Muestral	Prueba de Entrada			Prueba de Salida			Diferencia	
	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)
1	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
2	2	22%	Deficiente	7	78%	Excelente	5	56%
3	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
4	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
5	4	44%	Regular	7	78%	Excelente	3	33%
6	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
7	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
8	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
9	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
10	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%

11	4	44%	Regular	7	78%	Excelente	3	33%
12	3	33%	Deficiente	6	67%	Regular	3	33%
13	4	44%	Regular	8	89%	Excelente	4	44%
14	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
15	4	44%	Regular	7	78%	Excelente	3	33%
16	4	44%	Regular	7	78%	Excelente	3	33%
17	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
18	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
19	2	22%	Deficiente	7	78%	Excelente	5	56%
20	3	33%	Deficiente	5	56%	Regular	2	22%
21	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
22	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
23	1	11%	Deficiente	7	78%	Excelente	6	67%
24	4	44%	Regular	7	78%	Excelente	3	33%
25	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
26	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
27	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
28	2	22%	Deficiente	5	56%	Regular	3	33%
29	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
X	3,03	34%	Deficiente	7,10	79%	Excelente	4,07	45%

Fuente: Aplicación de la prueba de entrada realizada el 16-10-2013. Y de la prueba de salida el 28-01-1

Interpretación.

De la Tabla N° 03 se integre que en la dimensión **competitividad**, en el Pretest, el 79% (23) se encuentran en el nivel deficiente, mientras que el 29% (6) están en Regular. En el Postest, el 90% (26) se encuentran en el nivel Excelente, mientras que el 10% (3) sujetos muestrales se encuentran en el nivel Regular. Los resultados indican que de los 23 sujetos muestrales que en la prueba de entra se ubicaron en el nivel deficiente 26 lograron posicionarse al nivel Excelente.

Tabla Nº 04: Resultados Obtenidos en la Dimensión 3

Sostenibilidad Turística

Sujeto Muestral	Prueba de Entrada			Prueba de Salida			Diferencia	
	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)
1	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
2	2	22%	Deficiente	7	78%	Excelente	5	56%
3	4	44%	Regular	7	78%	Excelente	3	33%
4	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
5	2	22%	Deficiente	7	78%	Excelente	5	56%
6	2	22%	Deficiente	7	78%	Excelente	5	56%
7	2	22%	Deficiente	7	78%	Excelente	5	56%
8	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
9	1	11%	Deficiente	7	78%	Excelente	6	67%
10	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
11	2	22%	Deficiente	8	89%	Excelente	6	67%
12	4	44%	Regular	7	78%	Excelente	3	33%
13	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
14	1	11%	Deficiente	7	78%	Excelente	6	67%
15	2	22%	Deficiente	9	100%	Excelente	7	78%
16	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
17	2	22%	Deficiente	7	78%	Excelente	5	56%
18	4	44%	Regular	8	89%	Excelente	4	44%
19	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
20	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
21	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
22	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
23	4	44%	Regular	7	78%	Excelente	3	33%
24	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%

25	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
26	3	33%	Deficiente	8	89%	Excelente	5	56%
27	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
28	2	22%	Deficiente	5	56%	Regular	3	33%
29	3	33%	Deficiente	7	78%	Excelente	4	44%
X	2,72	30%	Deficiente	7,24	80%	Excelente	4,52	50%

Fuente: Aplicación de la prueba de entrada realizada el 16-10-2013. Y de la prueba de salida el 20-02-14.

Interpretación.

La Tabla N° 04 evidencia en la dimensión **sostenibilidad turística**, que en el Pretest, el 86% (25), se encuentran en el nivel deficiente, mientras que el 14% (4), en el nivel Regular. Mientras que en el Postest, el 97% (28) están en el nivel Excelente, y el 3% (1) en el nivel Regular. Los resultados indican que de los 25 sujetos muestrales que en la prueba de entra se ubicaron en el nivel deficiente 28 lograron posicionarse al nivel Excelente.

Tabla N° 5: Cuadro comparativo por dimensiones

Indicadores	Prueba de Entrada			Prueba de Salida			Diferencia	
	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)	Q	f (i)	h (i)
Seguridad turística	2,28	38%	Regular	4,86	81%	Excelente	2,59	43%
Competitividad turística	3,03	34%	Regular	7,10	79%	Excelente	4,07	45%
Sostenibilidad turística	2,72	30%	Regular	7,24	80%	Excelente	4,52	50%
Promedio	2,68	34%		6,40	80%	Excelente	3,72	46%

Interpretación

La Tabla N° 05, es un comparativo y que según el Pretest, los resultados por las dimensiones, seguridad, competitividad y sostenibilidad son de 38%, 34% y 30%, respectivamente, mientras que en el Postest, son de nivel excelente con el 81%, 79% y 80% respectivamente. El promedio comparativo de ambas mediciones, alcanzó el 34 % en la categoría regular en el Pretest y el 80% en el Postest, concluyendo que con el plan

de capacitación mejoraron en un 46% los servicios turísticos.

DISCUSIÓN

Realizado la presentación e interpretación de los resultados, corresponde en esta parte de la tesis, realizar el contraste de los mismos con las fuentes teóricas e incluso con los antecedentes de investigación. Así por ejemplo tenemos que en la tabla general se evidencia un incremento con respecto a la prueba de entrada con la prueba de salida, por lo tanto se puede afirmar que antes de la aplicación de las sesiones, el 86% (25) sujetos muestrales se encuentran en la categoría deficiente, mientras que el 14% (4) se encuentran en la categoría Regular. Después de aplicar las sesiones, los resultados varían en cuanto a la ubicación de niveles, ya que en el Postest, el 97% (28) han alcanzado el nivel de Excelente.

Sobre el particular señalamos que en el marco teórico se cita al PENTUR (Plan Estratégico Nacional de Turismo) es un plan estratégico que busca integrar los recursos y servicios turísticos de interés del Perú, a fin de conformar productos basados en la identidad del destino, que precisa la optimización de la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico integral del país. La planificación estratégica busca integrar los recursos y servicios turísticos de interés de un país o una comunidad determinada, a fin de conformar productos basados en las características particulares de cada destino.

En la sub hipótesis se afirma que el Plan de Capacitación mejora significativamente la seguridad en los servicios turísticos en el distrito de Chazuta - Región San Martín. Los resultados obtenidos en la dimensión en seguridad turística en la tabla N° 2, con respecto a la prueba de entrada en promedio es 38% luego de un plan de capacitación mejoró significativamente la seguridad turística del distrito de Chazuta en la prueba de salida con resultado en promedio de 81% observando la diferencia del 43%. Sobre al particular, la Red Internacional de Gestión de Seguridad Turística.- es una de las pautas principales de valoración del hombre en la elección de un destino durante el tiempo libre destinado al turismo y la recreación y debe ser interpretada como un estado objetivo y subjetivo que nos permite percibir que nos desplazamos en un espacio exento de riesgos reales o potenciales.

Los resultados obtenidos en la dimensión N° 2 en competitividad turística con respecto a la prueba de entrada en promedio es 34% luego de un plan de capacitación mejoro

significativamente la competitividad turística en el distrito de Chazuta en la prueba de salida con resultado en promedio de 79% observando la diferencia del 45% el cual se ve reflejada en la tabla N°3. Se contrasta este resultado con lo que cita la revista de investigación TUR y DES (2009 – México), la competitividad turística, se define como la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores.

Frente a todo esta investigación, se opina que el Plan de capacitación mejoró significativamente la competitividad turística en el distrito de Chazuta resultó provechoso para los prestadores de servicios turísticos.

Los resultados obtenidos en la dimensión N° 3 en sostenibilidad turística con respecto a la prueba de entrada en promedio es 30% luego de un plan de capacitación mejoro significativamente la sostenibilidad turística en el distrito de Chazuta en la prueba de salida con resultado en promedio de 80% observando la diferencia del 50% el cual se ve reflejada en la tabla n°4. Sobre el caso, según la OMT – 2004, el desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

El buen desarrollo de las dimensiones precisada en esta investigación va a fortalecer las capacidades de los actores locales: personas y organismos que desde su arraigo local son el motor de un proceso de fortalecimiento continuo y progresivo del sector turismo.

4. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

4.1. De acuerdo con los resultados, se logró evidenciar que las sesiones y talleres desarrollados en cumplimiento al plan de capacitación influyó positivamente en los sujetos muestrales, debido a que el 97% de participantes alcanzaron el nivel de Excelente, lo que significa que el sujeto muestra capacidad de comunicación

asertiva con creatividad e innovación, poseedor de habilidades para trabajar en equipo y resolución de conflictos.

- 4.2. La dimensión seguridad turística, mejoró sustancialmente por cuanto el 81% de sujetos muestrales se ubicaba en el nivel excelente, demostrando que la capacitación permitió lograr un compromiso fuerte por parte del individuo operador de turismo con los receptores de servicios turísticos y el cumplimiento del objetivo que es el de mejorar la seguridad turística en el distrito de Chazuta región San Martín.
- 4.3. La dimensión competitividad turística, mejoró positivamente por cuanto los resultados demuestran que la capacitación incidió positivamente en el 79% de sujetos muestrales quienes lograron un nivel de excelente; nivel en el que el individuo posee capacidad de organizar para lograr el máximo rendimiento de sus recursos disponibles y asumir retos relacionados a los procesos de transformación que requieren de auto superación y mejora continua, que es una condición favorable para el turismo interno en el distrito de Chazuta.
- 4.4. Referente a la dimensión sostenibilidad turística se ha determinado que el plan de capacitación influye favorablemente por cuanto el 80% de los sujetos muestrales están en el nivel excelente, quienes se han comprometido a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultural, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población de distrito de Chazuta.
- 4.5. Realizada las pruebas estadísticas se acepta la hipótesis nula, lo que demuestra contradictoriamente que el referido Plan de capacitación **no** mejora significativamente los servicios turísticos en el distrito de Chazuta – Región San Martín. Sobre el particular señalamos que solamente con capacitación no podremos mejorar significativamente los servicios turísticos porque estos se complementan con la inversión de la entidad gubernamentales respecto a la dotación de infraestructura básica como accesibilidad, servicios de salubridad. La presente investigación ha demostrado que es necesario asumir compromisos sociales.

5. LISTA DE REFERENCIAS

- Alvarez Calderón, M., Aparicio Molero, M., Becerra Lozano, S., & Ruiz Ruiz, J. (2013). Plan estratégico para el desarrollo del turismo de aventura en Lunahuaná 2006-

2011. *Pontificia Universidad Católica Del Perú*.
- Arrieta Boulanger, C. y Zapatero Alba, Gonzalo (2010:147), en su tesis de investigación titulada Planeamiento estratégico para el desarrollo turístico del valle de Lurín.
- Ballón Valenzuela, S. Mena Robles, E, Santos Acostupa, B, Vasquez Ballón ,C.(2013) Plan Estratégico para el Turismo Rural Comunitario del Corredor Raqchi-Pisac-Ollantaytambo. Pontificia Universidad Católica Del Perú- https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14110/ALON_MENA_PLAN_RAQCHIPISAC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Boullón R. (1999) *“Planificación del Espacio Turístico”* Editorial Trillas, México, pp. 67.
- Caballero, Alejandro (1987). Ob. Cit., p. 122.
- Cárdenas Tabares F. (2010). *Comercialización del Turismo, Determinación y Análisis del Mercado*. Edición. México.
- Fernández Fuster L., (1981) *“Teoría y Técnica del Turismo”* Editora Nacional Madrid, pp. 36.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista lucio, P. (2018). Metodología de la investigación. In *Mc Graw hill* (sexta edic, Vol. 6, Issue 0).
- Hernández, Sampieri y otros (2010). Ob. Cit., p. 190
- OMT- Amparo Sancho. (1998) *Introducción Al Turismo*. Organización Mundial del Turismo. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (WTO), (1993). *Desarrollo Turístico Sostenible, Guía para Planificadores Locales*. Madrid: OMT.
- Organización DE Estados Americanos (OEA). *Sostenibilidad del turismo mediante la gestión de la seguridad en los lugares de destino*. XVII Congreso Interamericano de Turismo: San José, 1997.
- MINCETUR. (2009) *Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú* Ministerio de comercio Exterior y Turismo Enero – 2007.
- Ley General de Turismo. (2009) Ley N: 29408.
- LUDWING VON Bertalanffy (1989) *Teoría General de los Sistemas*. Edición septum. México
- Machado Suarez, L (2013) *Los productos ecoturísticos y su incidencia en el desarrollo turístico en la parroquia la providencia cantón guano provincia de Chimborazo perteneciente a la zona de riesgo del volcán tungurahua..Maestria em gerencia*

de productos ecoturísticos

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/486>

Mercado, S. (2004). Ob. Cit., p. 11.

Nasson, Dehaan (1992) "Mundo Biológico" Grupo Noriega, Editores México, pp. 15

Pontiero Vitale, S.. "Metodología en Turismo" Editorial Trillas. México 1995

MINCETUR (2008-2018) Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008-2018)

Sosa Covarrubias, J., Vargas Vasquez, A., Rodriguez Herrera, M.(2013)Diseño y ejecución de un programa de capacitación para guías aviturismo en el Municipio de Alamos de Sonora. RICIT Num 6 (p. 59-86) ISSN 1390-6305

Vera, J. F. (dir.) (2001): Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores.

Alicante: Instituto Universitario de Geografía.