

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
ESCUELA DE POSGRADO
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**“EFECTIVIDAD DEL PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA
DEL PERÚ – CALTUR 2010-2019”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN
ADMINISTRACIÓN**

RAUL SUAREZ BAZALAR

Callao, 2021

PERÚ

HOJA DE REFERENCIA DEL JURADO**MIEMBROS DEL JURADO**

Dr.	: Lic. JUAN CARLOS REYES ULFE	PRESIDENTE
Dr.	: Lic. LUIS ALBERTO DE LA TORRE COLLAO	SECRETARIO
Dr.	: Lic. VICTOR HUGO DURAN HERRERA	MIEMBRO
Dr.	: Lic. MADISON HUARCAYA GODOY	MIEMBRO

N° DE LIBRO	: 1
FOLIO	: 37
FECHA DE APROBACIÓN	: 10 setiembre 2021
RESOLUCIÓN DIRECTORAL	: 096-2021-UPG-FCA-UNAC

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a mi familia que siempre me apoya y es el soporte de cada uno de mis proyectos.

AGRADECIMIENTO

A mis asesores quienes me guiaron en el desarrollo de mi tesis.

A mi familia y amigos por su apoyo moral para continuar con mi desarrollo.

A mis colegas de la Universidad Nacional del Callao donde laboro como docente.

INDICE

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1.	Descripción de la realidad problemática	16
1.2.	Formulación del problema	20
1.2.1.	Problema General	20
1.2.2.	Problemas específicos	20
1.3.	Objetivos	21
1.3.1.	Objetivos específicos	21
1.4.	Limitantes de la investigación	22
2.	MARCO TEÓRICO	23
2.1.	Antecedentes	23
2.1.1.	Internacional	23
2.1.2.	Nacional	26
2.2.	Bases teóricas	28
2.2.1.	Teoría de la Calidad	29
2.2.2.	Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021	35
2.2.3.	Plan Bicentenario Perú 2021	36
2.2.4.	Plan Estratégico Nacional del Turismo	36
2.2.5.	Plan de Calidad del Turismo	37
2.2.6.	Plan COPESCO	38
2.2.7.	Formación Turística	39
2.2.8.	Competitividad turística	39
2.2.9.	Promoción turística	40
2.3.	Marco filosófico	40
2.3.1.	Fundamentos ontológicos	40
2.4.	Conceptual	41
2.4.1.	Plan Calidad del Turismo	41
2.4.2.	Efectividad	41
2.5.	Definición de términos básicos	41
2.5.1.	Actividad turística	41
2.5.2.	Afluencia de turistas o arribos	42

2.5.3. Atractivo turístico	42
2.5.4. Buenas prácticas	42
2.5.5. Destinos turísticos	42
2.5.6. Empleo turístico	42
2.5.7. Entidad pública	43
2.5.8. Operador turístico	43
2.5.9. PIP del turismo	43
2.5.10. Planeación	43
2.5.11. Políticas	43
2.5.12. Políticas sectoriales y políticas públicas	44
2.5.13. Presupuesto	44
2.5.14. Producto Bruto Interno Nacional	44
2.5.15. Recursos Humano	45
2.5.16. Servicio	45
2.5.17. Sistema	45
2.5.18. Turismo	45
2.5.19. Turista-Visitante	46
3. HIPÓTESIS Y VARIABLES	47
3.1. Hipótesis	47
3.1.1. Hipótesis general	47
3.1.2. Hipótesis específicas	47
3.2. Definición conceptual de variables.	47
3.2.1. Plan de Calidad del Turismo	47
3.2.2. Efectividad	48
3.2.3. Operacionalización de variables	48
4. DISEÑO METODOLÓGICO	51
4.1. Tipo y diseño de investigación	51
4.2. Método de investigación	51
4.3. Población y muestra	51
4.3.1. Población	51
4.3.2. Muestra	51
4.4. Lugar de estudio y período desarrollado	51

4.5.	Técnicas e instrumentos para la recolección de la información	52
4.6.	Análisis y procesamiento de datos	52
5.	RESULTADOS	53
5.1.	Resultados descriptivos	53
5.1.1.	Distribución normal y pruebas de normalidad	53
5.1.2.	Plan de Calidad del Turismo	54
5.1.3.	Efectividad del sector	58
5.2.	Resultados inferenciales	62
5.2.1.	Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 y la efectividad del sector	62
5.2.2.	Centro de Formación en Turismo y Empleo turístico	63
5.2.3.	Asistencia técnica para la competitividad artesanal y Afluencia de Turistas	64
5.2.4.	Promoción Turística y Participación del Ingreso de Divisas por Turismo receptivo, respecto al PBI Nacional	65
5.2.5.	Programas de acondicionamiento turístico COPESCO e Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística	66
5.2.6.	Ejecución del presupuesto y satisfacción del turismo	67
6.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	70
6.1.	Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados	70
6.1.1.	El Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 se relaciona significativamente con la efectividad del sector	70
6.1.2.	Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo Turístico	70
6.1.3.	Asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas	70
6.1.4.	Promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional	71
6.1.5.	Programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística	72
6.1.6.	Ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción del turista	73

6.2.	Contrastación de los resultados con otros estudios similares	73
6.3.	Responsabilidad ética de acuerdo a los reglamentos vigentes	76

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Atributos turísticos más fuertes en países de América Latina	16
Tabla 2: Atributos turísticos más fuertes en países de América Latina	17
Tabla 3: Operacionalización de variables	49
Tabla 4: Correlación entre Plan CALTUR y efectividad del sector	63
Tabla 5: Correlación entre el Centro de Formación en Turismo y Empleo turístico	64
Tabla 6: Correlación entre Asistencia técnica para la competitividad artesanal y Afluencia de turistas	65
Tabla 7: Correlación entre Promoción Turística y Participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI Nacional.	66
Tabla 8: Correlación entre Programas de acondicionamiento turístico COPESCO e Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística	67
Tabla 9: Correlación entre ejecución del presupuesto y satisfacción del turismo	68

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia	87
Anexo 2: Instrumento de recolección y análisis de datos	89
Anexo 3: Validación de instrumentos por expertos	90

Línea de investigación

La línea prioritaria de investigación: Ciencias sociales y Desarrollo Humano, Administración (Resolución de Consejo Universitario N° 304-2017-CU)

Línea específica de investigación: Gestión Administrativa (Resolución de Consejo de Facultad N°171-B-2019-CF-FCA-UNAC del 27 de agosto del 2019)

RESUMEN

Se ha realizado una investigación con el propósito de determinar la relación del Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 y la efectividad del sector, para el efecto, se aplicó un diseño descriptivo correlacional para datos del período 2010-2019 sobre el manejo del presupuesto para el turismo y los efectos de los indicadores del sector, analizando a los centros de formación turística, asistencia técnica para la competitividad turística, promoción turística, programación de acondicionamiento turístico COPESCO, sobre la ejecución presupuestal, el empleo turístico, afluencia de turistas, participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional, los ingresos de divisas generadas por la actividad turística y se ha medido el nivel de satisfacción del turismo NST. La investigación fue de nivel explicativo causal, donde se ha examinado utilizando la técnica del análisis documental y su instrumento de fichas de análisis de contenido. Los resultados evidencian que el Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 tiene una efectividad del 83,9%; los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR no son un generador de empleo del sector; la asistencia técnica coadyuvó a la afluencia de turistas con una efectividad del 79.5%; la promoción turística del Plan CALTUR no tiene vinculación a la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional; los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística tienen una efectividad de 71.1%; la ejecución presupuestal del Plan CALTUR tuvo una efectividad del 98,4% en relación al nivel de satisfacción percibido por el turista; por lo tanto, se concluye que el Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 se relaciona significativamente con la efectividad del sector, existe ***muy buena correlación*** ya que nos permite inferir a partir del $p\text{-valor}=0,002$ y un coeficiente r de correlación de Pearson = 0,839

Palabras clave: Plan de Calidad, Turismo, Efectividad

ABSTRACT

An investigation has been carried out with the purpose of determining the relationship of the CALTUR Tourism Quality Plan 2010-2019 and the effectiveness of the sector, for this purpose, a correlational descriptive design was applied for data from the 2010-2019 period on budget management for tourism and the effects of the sector indicators, analyzing tourism training centers, technical assistance for tourism competitiveness, tourism promotion, COPESCO tourism conditioning programming, on budget execution, tourism employment, influx of tourists, participation of foreign exchange income from inbound tourism with respect to the national GDP, foreign exchange income generated by tourism activity and the level of satisfaction of NST tourism has been measured. The investigation was of causal explanatory level, where it has been examined using the technique of documentary analysis and its instrument of content analysis sheets. The results show that the CALTUR Tourism Quality Plan 2010-2019 has an effectiveness of 83.9%; The Tourist Training Centers of the CALTUR Plan are not a generator of employment in the sector; technical assistance contributed to the influx of tourists with an effectiveness of 79.5%; the tourism promotion of the CALTUR Plan is not linked to the participation of foreign exchange income from inbound tourism with respect to the national GDP; the COPESCO tourist conditioning programs of the CALTUR Plan and the income generated by the tourist activity have an effectiveness of 71.1%; the budget execution of the CALTUR Plan had an effectiveness of 98.4% in relation to the level of satisfaction perceived by the tourist; Therefore, it is concluded that the CALTUR Tourism Quality Plan 2010-2019 is significantly related to the effectiveness of the sector, there is a very good correlation since it allows us to infer from the $p\text{-value} = 0.002$ and a correlation coefficient r of Pearson = 0.839

Keywords: Quality Plan, Tourism, Effectiveness

SOMMARIO

Foi realizada uma investigação com o objetivo de determinar a relação do Plano de Qualidade Turística CALTUR 2010-2019 e a eficácia do setor, para o efeito, foi aplicado um desenho descritivo correlacional para os dados do período 2010-2019 de gestão orçamental. Para o turismo e os efeitos dos indicadores do setor, análise de centros de formação em turismo, assistência técnica para a competitividade turística, promoção do turismo, programação de condicionamento turístico da COPESCO, execução orçamentária, emprego turístico, afluxo de turistas, participação da receita cambial do turismo receptivo no PIB nacional, as receitas em divisas geradas pela atividade turística e o nível de satisfação do turismo NST foram medidos. A investigação foi de nível explicativo causal, onde foi examinada por meio da técnica de análise documental e seu instrumento de folhas de análise de conteúdo. Os resultados mostram que o Plano de Qualidade Turística CALTUR 2010-2019 tem uma eficácia de 83,9%; Os Centros de Formação Turística do Plano CALTUR não são geradores de emprego no setor; a assistência técnica contribuiu para o afluxo de turistas com uma efetividade de 79,5%; a promoção turística do Plano CALTUR não está vinculada à participação da receita cambial do turismo receptivo no PIB nacional; os programas de condicionamento turístico da COPESCO do Plano CALTUR e a receita gerada pela atividade turística têm uma efetividade de 71,1%; a execução orçamental do Plano CALTUR teve uma eficácia de 98,4% em relação ao nível de satisfação percebido pelo turista; Portanto, conclui-se que o Plano de Qualidade Turística CALTUR 2010-2019 está significativamente relacionado com a eficácia do setor, havendo uma correlação muito boa, pois permite inferir a partir do valor $p = 0,002$ e um coeficiente de correlação r de Pearson = 0,839

Palavras-chave: Plano de Qualidade, Turismo, Eficácia

INTRODUCCIÓN

Se aborda el tema para evidenciar si los programas de ejecución, desarrollo y evaluación del plan CALTUR del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, durante el período 2010-2019 es efectiva, la tendencia genera expectativas para un mejor entendimiento de las instituciones vinculadas a este sector. El MINCETUR ha realizado inversiones importantes a nivel gobierno, toda vez que existe interés de los empresarios, de inversionistas y público en general para observar el desarrollo del sector, sin dejar de pensar en el visitante con fines turísticos. El manejo de elementos del turismo refleja un crecimiento subjetivo, la intervención de la Organización Mundial de Turismo comprende la disposición de regulaciones estándares que conlleva al mejoramiento del servicio turístico, hecho que el Perú recogió en 1969 y puso en práctica a través de nuevos programas implementando desde el 2005 el Plan CALTUR, desde entonces, las buenas prácticas pudieron experimentarse en el sector a nivel regional; por esa razón, el propósito de la presente investigación se orienta a determinar la relación del Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 y la efectividad del sector.

El primer capítulo contiene el planteamiento del problema, la descripción de la realidad problemática, formulación del problema, los objetivos y limitantes.

El segundo capítulo incluye el marco teórico, antecedentes de la investigación, las bases teóricas, teoría de la calidad, las políticas de modernización, el plan bicentenario Perú 2021, el plan de Calidad CALTUR, competitividad turística y promoción turística.

El tercer capítulo presenta la hipótesis, la definición conceptual de variables, plan de calidad del turismo, la efectividad y operacionalización de las variables.

El cuarto capítulo incorpora el diseño metodológico, tipo y diseño de investigación, método de investigación, población y muestra, lugar de estudio y período desarrollado, técnicas e instrumentos para la recolección de la información y análisis de procedimientos de datos.

El quinto capítulo tiene los resultados de la investigación, los resultados descriptivos, pruebas de normalidad, plan de calidad del turismo, efectividad del sector y resultados inferenciales.

El sexto capítulo describe la discusión de resultados, contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados, contrastación de los resultados con otros estudios similares y responsabilidad ética de acuerdo a los reglamentos vigentes.

Finalmente, se presenta las conclusiones, recomendaciones y los anexos,

El Autor

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Según la RAE (Real Academia Española, 2014) turismo “es una actividad o hecho de viajar de un lugar a otro; o, conjunto de medios conducentes a facilitar los viajes”; por lo mismo, de este concepto se desprende, el imperativo acto de lograr placer durante la realización de la actividad de desplazarse geográficamente de un punto de origen y uno de destino. Existen muchos criterios para analizar y elegir un destino en particular; algunos especialistas del sector reconocen que existen países que pueden presentar atributos turísticos que generan un atractivo positivo y otros de manera negativa (Morillo Moreno, 2011), como también algunas compañías como FutureBrand dedicados a este rubro, describen los atributos del turismo (Country Brand Report, 2018) podemos visualizar en la Tabla 1.

Tabla 1: Atributos turísticos más fuertes en países de América Latina

VALOR POR DINERO	RESORTS Y HOSPEDAJE	COMIDA	PLAYAS	VIDA NOCTURNA	SHOPPING	ATRACCIONES
Argentina Paraguay Guatemala	Brasil R. Dominicana Chile	Brasil Argentina Chile	Brasil México R. Dominicana	Brasil Argentina México	Argentina Paraguay México	Perú Chile Brasil

Fuente: FutureBrandt (2018)

Otro criterio según FutureBrandt es elegir destinos, en donde Perú se ubica en el puesto 41 de los países de América Latina, cuyos atributos turísticos se muestran en la ubicación del ranking 2016 de la Tabla 2.

Tabla 2: Atributos turísticos más fuertes en países de América Latina

PAIS	RANKING	PAIS	RANKING
Brasil	14	Honduras	78
Argentina	19	Ecuador	81
Chile	22	Colombia	83
Mexico	23	Nicaragua	89
Costa rica	36	Venezuela	90
Perú	41	Panama	91
Guatemala	47	Bolivia	103
R. Dominicana	51	El salvador	109
Uruguay	53	Paraguay	111
Cuba	60		

Fuente: FutureBrandt (2018)

En general, el turismo es el conjunto de servicios que un país presenta al generar lugares de estancia con interés turístico, durante el año 2019, los países que recibieron más visitas a nivel mundial fueron: Francia 89 millones de turistas; España 83 millones de turistas; Estados Unidos 80 millones de turistas; China 63 millones de turistas; Italia 62 millones de turistas; Turquía 46 millones de turistas; México 43,3 millones de turistas; Alemania 39 millones de turistas; Tailandia 38 millones de turistas; Gran Bretaña 36 millones de turistas; y, a nivel de Latinoamérica fueron: Panamá 2,1 millones de turistas; Costa Rica 3,2 millones de turistas; Uruguay 3,9 millones de turistas; Colombia 4, 5 millones de turistas; Perú 4,5 millones de turistas; Chile 4,9 millones de turistas; República Dominicana 6,6 millones de turistas; Brasil 7,0 millones de turistas; Argentina 7,5 millones de turistas; México 43,3 millones de turistas; nos preguntamos ¿qué hace que un turista elija un determinado destino para visitar lugares?, existen muchos criterios para tomar esa decisión, alguno de los cuales se encuentra en el clima que ofrece el lugar, la belleza de los atractivos turísticos, la seguridad que la ciudad pueda otorgar básicamente a los turistas, la comida o las bebidas típicas, el costo de los servicios turísticos, el idioma o quizás el orden y limpieza de la ciudad hasta el período de visita que se desea realizar; en esa medida, los operadores del turismo, se ven con la necesidad de coberturar la mayor cantidad de condiciones para receptor turistas (Caribbean News, 2019).

El Perú, posee un inmenso bagaje y potencial turístico, ya que cuenta con riqueza arqueológica y cultural destacada, contando con 12 lugares declarados como Patrimonio de la Humanidad: Ciudad del Cusco; Santuario Histórico de Machu Picchu ubicado en la Región del Cusco; Sitio Arqueológico de Chavín ubicado en la Región de Ancash; Parque Nacional del Huascarán también en la Región Ancash; Zona Arqueológica de Chan Chan en la Región La Libertad; Parque Nacional Manú ubicado entre la Región Cusco y Madre de Dios; Centro Histórico de Lima; Parque Nacional Abiseo ubicado entre la Región de San Martín y La Libertad; Líneas y Geroglifos de Nazca y Palpa ubicado en la Región de Ica; Centro Histórico de la Ciudad de Arequipa, Ciudad Sagrada de Caral – Supe ubicado en la Región Lima; Qhapaq Ñan Sistema Vial Andino ubicado en toda la extensión territorial del Perú (Bullard, 2017). El Perú es un país de gran diversidad, ya que tiene 11 “eco regiones” a considerar, el mar tropical ubicado en la costa norte; el ecosistema marítimo del mar frío de aguas de la corriente de Humboldt; el desierto del pacífico ubicado en toda la costa del país; el bosque seco ecuatorial ubicado en la costa norte donde predominan vegetales adaptados en lugares desérticos; el bosque tropical del pacífico ubicado en la Región Tumbes; la serranía esteparia ubicado sobre los mil metros de altura por encima de las nubes de la costa; la puna ubicada sobre los 3800 msnm con temperaturas extremas; el páramo a los 3500 msnm entre las Regiones de Piura y Cajamarca; la selva alta cuyo territorio se ubica en la llanura del Amazonas; la selva baja ubicado en las Regiones de Amazonas, Ucayali y Madre de Dios; la sabana de palmeras ubicado en una zona de la Región Madre de Dios (RPP, 2018) y 84 “zonas de vida” de un total de 117 zonas que existen a nivel mundial; por lo que, existe una gran oferta potencial de turismo cultural, turismo de naturaleza, de aventura y turismo de playa, ubicados en el litoral del océano pacífico y particularmente hacia el norte del país. Asimismo, ofrece una variedad en la gastronomía, siendo reconocido como uno de los mejores destinos culinarios del mundo.

Desde el año 1969 se promueve el sector, se creó el Plan COPESCO, cuya denominación significa Comisión Especial para Coordinar y Supervisar el

Plan Turístico y Cultural en Convenio con la UNESCO-PNUD y el Perú, como un avance de descentralizar la actividad del sector turismo, además de sumarse a este esfuerzo el BIRF, para ejecutar más de 200 obras y una inversión del orden de US\$ 100 millones de dólares, con proyectos que incluyen la restauración de monumentos y el acondicionamiento de la infraestructura vial urbana,

En el año 2011, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú viene desplegando el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) cuyo instrumento se debe calificar como un producto turístico, para que alcance los estándares de calidad, evaluando los lugares atractivos, servicios y facilidades que motivan la elección de viaje de turistas a la ubicación de oferta del producto turístico y lograr que esta decisión satisfaga sus necesidades y aspiraciones. Este plan presenta las condiciones de elaborar “productos segmento” que ayuden a mejorar la posición internacional del turismo peruano. El alcanzar la calidad a todo nivel, en las distintas dimensiones del sector turístico, permite al Perú lograr una diferenciación. Si la diferenciación es dinámica es una mejora continua; por ende, la calidad en el sector turismo es un elemento vital de competitividad para el país.

El CALTUR es un plan desarrollado desde el año 2011-2018 y fue ampliado del 2017-2025 (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017), el cual contiene objetivos que buscan alcanzar mediante las estrategias y un conjunto de acciones dinámicas, destinos eficientes con el fin de promover la calidad y cultura de calidad en el turismo.

El interés de nuestra observación investigativa radica en analizar aquellas actividades que el Ministerio de Turismo ha dispuesto para efectos de ejecución del Plan CALTUR, estudiar si realmente se encuentra relacionado con el desempeño del sector, puesto que al implementarse desde el año 2011 proyectado hacia el 2025, el MINCETUR ha presupuestado fondos para tal fin, asigna recursos que a través de los agentes que intervienen en el proceso de generar servicios turísticos logran eficiencia y eficacia.

En tal sentido, se ha indagado la efectividad del Plan CALTUR, como la participación y comportamiento de los agentes del proceso turístico, quienes han implementado y ejecutado el Plan CALTUR. También se ha realizado el estudio de los resultados del sector turismo para analizar cómo alentaron la inversión privada desde el desarrollo del Plan CALTUR. Todos estos criterios forman parte de la metodología de implementación, surgen inquietudes para respondernos si ¿es efectiva la ejecución del Plan CALTUR?, ¿el presupuesto asignado a la implementación del Plan CALTUR fue ejecutado adecuadamente?, ¿la cantidad de turistas que ingresan a nuestro país son lo suficientemente adecuados para el tamaño de inversión?, ¿los visitantes sienten una buena atención del servicio turístico?, ¿es posible que a través del Plan CLATUR se haya incrementado los destinos turísticos del Perú?, ¿mejoró la calidad de los servicios y la satisfacción en la percepción de los turistas nacionales y extranjeros?, creemos que es importante evaluar el Plan CALTUR, dado que ha demandado un buen contingente presupuestal.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación del Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 y la efectividad del sector?

1.2.2. Problemas específicos

¿Qué relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico?

¿Qué relación existe entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas?

¿Qué relación existe entre la promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional?

¿Qué relación existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística?

¿Qué relación existe entre la ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción del turista?

1.3. Objetivos

Determinar la relación del Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 y la efectividad del sector

1.3.1. Objetivos específicos

Establecer la relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico.

Establecer la relación que existe entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas

Establecer la relación que existe entre promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional

Establecer la relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística

Establecer la relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción del turista

1.4. Limitantes de la investigación

La investigación discurre en forma regular, sin embargo, en algunos procesos se ha encontrado algunas dificultades que fueron superadas con éxito, las limitantes del tipo económico y financiero, debido a la inversión necesaria para la búsqueda de la información, incluyendo el costo de bibliografía y suscripciones actualizadas con difícil acceso o a bases de datos especializada, tanto disponibles por entidades oficiales públicas, como privadas, el material bibliográfico es escaso, puesto que sólo se puede usar por tiempo limitado o en períodos y horarios cortos definidos.

El tamaño de la muestra de la investigación se encuentra sujeto a una cantidad representativa de la población estudiada, en la presente investigación se consideró del 2011-2019, dado que el período de desarrollo del estudio así como su tramitación, limita incorporar datos que corresponden a períodos fuera del ámbito temporal, lo que hace prever una actualización por las mismas circunstancias de hechos que se han presentado en los límites del 2019 y nos encontramos en condiciones de emergencia sanitaria que nos hubiera gustado incluir, pero las relaciones y generalizaciones significativas encontradas definen una realidad determinada.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacional

Alcántara (2017) en su tesis “El turismo como factor de desarrollo: el caso de Sergipe-Brasil” presentado en la Universidad de Barcelona, tiene como objetivo analizar el papel de las políticas públicas y privadas de turismo desarrolladas en el estado de Sergipe desde la observación local; se ve al turismo como un factor que dinamiza las regiones Brasileñas, la perspectiva de inserción de espacios en la economía del turismo asociado a las actividades complementarias que incurre, tanto la actividad pública o privada, con mecanismos y técnicas elaboradas de planes de desarrollo, programas regionales o locales, planes sectoriales con la posibilidad de emprender el desarrollo regional, incluyendo a las zonas del circuito turístico que tengan la opción de generar consumo turístico, es evidente que el planteamiento es interesante, para nuestra investigación, básicamente el modelo programático planteado. Con ello, se ha identificado el papel asumido por la actividad turística en Sergipe, ya que justifica la necesidad de centrarse con atención especial en la política de turismo y en los proyectos de planificación que pueden actuar como herramientas para promocionar cambios e intervenciones espaciales y urbanísticas a partir de acciones desarrolladas por la administración pública y privada, la metodología usada corresponde a la revisión bibliográfica, consulta de leyes, planes e instrumentos de gestión, luego se ha efectuado entrevista a los actores directos en la práctica turística. Entre las conclusiones halladas en el estudio se encuentra, la no existencia de un inventario turístico que conlleve a observar la oferta turística local; los recursos turísticos en su mayoría son bienes públicos por lo que la responsabilidad encarna en la actividad gubernamental; existen actividades turísticas de orden público y privado pudiendo promover o a través de estrategias que se fundamenta el turístico; falta integrar los agentes del turismo, esto dificulta una buena planificación, por lo que queda un reto para las autoridades gubernamentales en atender este sector (Alcántara de Jesús Santos, 2017)

Antilef (2014) en su tesis “Análisis de la efectividad en la aplicación del programa de acreditación de los servicios municipales” presentado en la Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Departamento de Ingeniería Industrial, propone como objetivo esencial evaluar el desempeño del ámbito de la gestión municipal, considerando la implementación del Sistema de Acreditación Municipal como parte de la gestión gubernamental, la investigación efectuó un estudio de carácter descriptivo y exploratorio, a través del análisis documental, se usó principalmente fuentes primarias, luego se aplicó un cuestionario al personal de los municipios que participaron en el programa propuesto, permitió presentar un análisis de frecuencia simple, contrastándose con criterios observado en entrevistas programadas por cada factor interviniente. El investigador concluye en que el Sistema de Acreditación ideada para el mejoramiento del sector municipal, aglutina factores que permiten la entrega de bienes y servicios a la comunidad en referencia a prescribir el bienestar general; asimismo, la necesidad de construir una cultura organizacional sólida que permita el desarrollo de los municipios; se ha encontrado que los funcionarios municipales tienen múltiples funciones con recursos limitados, además de observar una alta rotación en los cargos, considerándose como elementos que restringen el éxito de cualquier sistema de mejora. En general, el desempeño del municipio tuvo un 45% de efectividad, dado los considerandos del manejo de factores descritos (Antilef Bustos, 2014)

Lamboggia (2014) en su tesis “Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: el caso del Ecuador” presentado en Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales de Flacsoandes, plantea como objetivo determinar el efecto del turismo de América Latina y del Ecuador en su crecimiento económico, así como los factores determinantes del mismo, se hace un análisis del sector turismo y sus componentes clave, para observar si influye en el crecimiento de la economía en países latinoamericanos, orientado al caso del Ecuador, los métodos estadísticos y metodológicos utilizados pudieron determinar el comportamiento de las variables, la importancia del sector

y su potencial opción para el desarrollo y crecimiento económico, los elementos clave del turismo latinoamericano y las políticas que adoptan los países latinoamericanos para el turismo. El estudio se basó en el análisis de trabajos previos observando el método teórico del modelo paramétrico, aplicándose el análisis de regresión de las series de tiempo, el modelo planteado fue a través de la función de crecimiento para buscar el grado de influencia al crecimiento de la economía de Latinoamérica entre la importancia del sector turismo, el crecimiento del turismo y los recursos generados por el turismo; en efecto, se probó la importancia del turismo, en el mismo orden, a medida que crece el sector turismo la economía de las regiones y de Latinoamérica también se incrementa; mientras los recursos disponibles del sector, debe tomar atención a la infraestructura, accesibilidad de servicios públicos, el mapeo de destinos turísticos, brindar seguridad pública incluyendo la estabilidad política manteniendo una economía de manejo equilibrado cuyas condiciones son determinantes para la competitividad turística local, regional y latinoamericana. (Lamboggia Ortiz, 2014)

Schenkel (2019) en su publicación “Turismo y política turística. Un análisis teórico desde la ciencia política” presentado en la revista reflexiones de la Universidad de Costa Rica, aborda al turismo y sus relaciones generados a partir de la política turística para emprender el desarrollo, hace un análisis de las políticas públicas, el enfoque económico, una perspectiva social que considera al turismo como un campo multidisciplinario, refleja que la ciencia política es fundamental para encontrar las alternativas que fomenta el turismo para el desarrollo de las zonas turísticas, políticas turísticas que se considera para la presente investigación. En este marco, la investigación analiza la significación pública del turismo y las relaciones que se producen con la política turística como instrumento de los gobiernos para intervenir en su desarrollo. La evolución del turismo como asunto público pareciera conformar dos momentos esenciales: un inicio, vinculado a las políticas del Estado benefactor, que mediante la proclamación del derecho a las vacaciones pagadas destaca al gobierno como actor clave en la planificación y gestión turística; y un segundo momento, con

predominio en las últimas décadas, que promueve la participación privada y considera al turismo principalmente una alternativa de crecimiento. El autor, desarrolla un enfoque relacionado al estudio de la política turística, para el cual propone dos perspectivas, la perspectiva económica referida a la política sectorial y la perspectiva integral que ahonda en la política sustancial; concluye en que el turismo se debe tratar como problema público por tanto la intervención gubernamental es ineludible; de otro lado, refleja al turismo como un campo de estudio inducido a profundizar su incidencia, puede afectar las relaciones socio-económicas de un país, influir en diversos aspectos de gestión la gubernamental y, con una correcta regulación pública, dar lugar a procesos de inclusión e igualdad, así como resguardar el patrimonio nacional (Schenkel, 2019)

2.1.2. Nacional

Chávez (2019) en su tesis “Programa para incrementar la cultura turística medioambiental en niños de 10 a 11 años del sector Los Tumbos de Huanchaco” presentado en la Universidad Nacional de Trujillo, busca analizar como el programa "Cuidemos nuestro querido Huanchaco" promovido para niños de 10 a 11 años puedan adquirir responsabilidad e identidad con los Tumbos de Huanchaco, se midió el nivel de cultura turística medioambiental, para el cual se aplicó un test cognitivo, afectivo y disposicional, encontrando un 75% en el nivel de cultura turística medioambiental, importante tarea, que sirve para que el trabajo de investigación considere los instrumentos metodológicos utilizados. El autor concluye en que la cultura turística medioambiental de los niños del sector los Tumbos es efectiva por medio del programa “cuidemos nuestro querido Huanchaco” en la dimensión cognitiva fue del 62.5% en niños de 5 años, 37.5% en niños de 3 años; en la dimensión afectiva fue de 87.5% en niños de 7 años y 12.5% en niños de 1 año cuyo parámetro es aceptable. En términos generales, se ha evidenciado que la hipótesis principal demuestra que sí existe un incremento aceptable de los niveles cognitivos en la cultura turística medioambiental en los niños del sector los Tumbos del distrito de Huanchaco y básicamente por la ejecución del programa turístico medioambiental propuesto “Cuidemos nuestro querido Huanchaco”. (Chávez Vargas, 2019)

Díaz y Lama (2015) en su tesis “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de Barrio Florido y Alrededores, periodo 2014” presentado en la Universidad de la Amazonía, se planteó determinar el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros en el “Barrio Florido” y alrededores en el Distrito de Punchana Ciudad de Iquitos, en ese sentido, el turismo se ha convertido en uno de los pilares económicos e ideológicos de la globalización, éste es el enfoque que permitió abordar la investigación desde múltiples ángulos, son muchos los extranjeros que toman interés en visitar la zona y lo conveniente fue preguntarse qué tan satisfechos se sienten después de su visita, se observó que los turistas en su mayoría vienen de Europa y EEUU, no así de los países aledaños; son personas jóvenes de 21 a 30 años de edad con instrucción superior entre varones y mujeres, la percepción de los turistas consideran sentirse algo satisfechos en más del 40% cubriendo parte de sus expectativas esperadas; y, en referencia al nivel de calidad de los servicios turísticos, resultaron inclinarse a manifestar que se encuentran muy satisfechos, incluyendo el trato que recibieron por parte de los pobladores, atenciones brindadas, seguridad observada, confiabilidad y el cuidado de la naturaleza, estos temas fueron parte del análisis de la presente investigación, pues en esencia se orienta al estudio en mismo sentido, evaluando los servicios turísticos y brindar alternativas de mejora, considerando aquellos factores que permiten desarrollar el sector, las características demográficas, las expectativas del servicio brindado, la calidad del servicio o la oferta turística, frente a la percepción del turista extranjero (Díaz Pérez & Lama Núñez, 2015)

Corilla (2016) en su tesis “Estrategias para la efectividad administrativa del área de presupuesto en la Municipalidad Distrital de Ulcumayo - Junín” presentado en la Universidad Nacional del Centro del Perú, plantea como objetivo la medición y corrección de la efectividad a fin de garantizar el cumplimiento de objetivos en la Municipalidad Distrital de Ulcumayo, en efecto, a partir del conocimiento de las técnicas y sistemas de presupuesto, normas y procedimientos que permiten tener el control presupuestario, igualmente la

posibilidad de efectuar las correcciones y ajustes de las variaciones siendo ésta necesaria para el cumplimiento del manejo institucional; el estudio trata explicar de qué manera se han aplicado las estrategias para lograr un gobierno efectivo, solucionando la mayor cantidad de problemas suscitados, con un nivel descriptivo explicativo causal, cuya medida alcanzó para la aplicación de un modelo correlacional, a la vez, se recurrió al uso del método cuantitativo-cualitativo orientado a la observación más objetiva; el autor concluye que la efectividad es un parámetro importante para la gestión municipal, ya que tiene en sus manos los medios más adecuados para ejecutar el proceso administrativo, planeando las actividades, asegurando el logro de objetivos, así como el manejo adecuado de los limitados recursos con que cuentan los municipios, de hecho el manejo de los presupuestos son la esencia de la gestión pública; finalmente, demuestra que el planteamiento estratégico es una herramienta sustancial que asegura la obtención de buenos resultados (Corilla Huamán, 2016)

2.2. Bases teóricas

Dalle y otros (2005) consideran que el planteamiento teórico de toda investigación, debe contener las teorías necesarias que validen su diseño que a la vez define el enfoque que requiere dar de la realidad a nivel macro y a nivel social micro (Dalle, Pablo. Biniolo, Paula. Sautu, Ruth. Elbert, 2005), para el caso, se aborda las siguientes teorías:

3.2.1. Planeamiento estratégico

Ossorio (2003) señala que “la planificación es una herramienta que estimula las facultades de percepción de las múltiples y complejas dimensiones y dinamismos sociales con vistas a incrementar la fecundidad y eficacia del pensamiento y de la acción” (Ossorio, 2003), por otro lado, bajo ese enfoque el plan consistiría en la predicción de una planta edilicia, que en nuestros días lo denominamos “plano”, como resultado anhelado de un trabajo o faena que pretendemos construir; mientras, la estrategia desde su etimología, proviene del “puesto” militar, los atributos hoy en día son de tipo psicológico, incluyendo

conocimientos, destrezas y habilidades que un dirigente debe poseer, muchos autores coinciden los atributos del plan: reflexión previa, enfoque racional, reducción del azar e incertidumbre, anticipación de decisiones, selección de opciones, previsión y promoción de acciones, previsión, establecer supuestos razonables para futuro deseado, generar cambios intencionalmente, asumir riesgos.

Los enfoques del planeamiento, “surgen a partir del pensamiento de Einstein y Heissemberg” (Ossorio, 2003), permite analizar el enfoque de la planificación tradicional y la planificación estratégica, las teorías de acción, el planeamiento estratégico situacional, planeamiento interactivo, planeamiento normativo, pensamiento estratégico y el planeamiento estratégico (véase Figura 1)

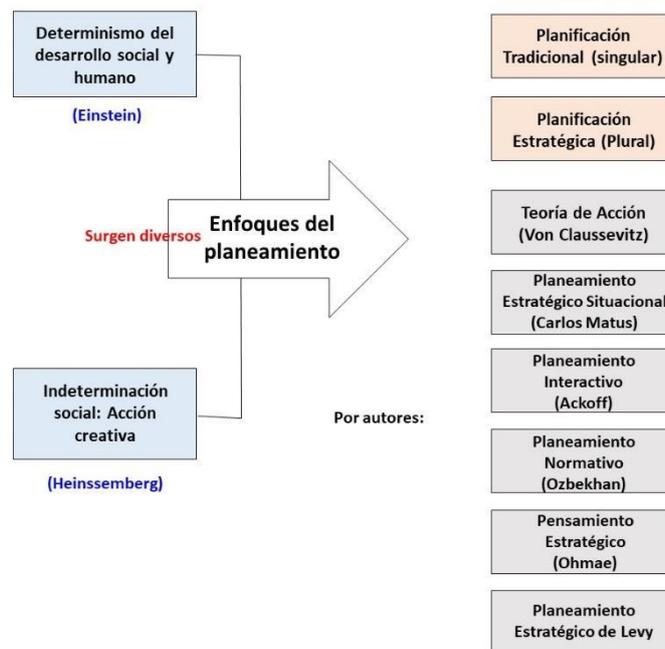


Figura 1: Enfoques del Planeamiento

2.2.1. Teoría de la Calidad

El concepto de calidad se ha tratado de manera dual debido a su significado del idioma inglés, ya que tiene dos interpretaciones, una innata orientada a la persona (calidad) y la otra respecto a los atributos de la persona (cualidad), su forma representativa a nivel mundial, concibe a “*quality*” como un

solo concepto donde todos nos relacionamos con ella en algún momento, se encuentra en nuestra esencia desde el inicio de la civilización al realizar los intercambios comerciales hasta desarrollarse industrialmente, ahora lo conocemos como Gestión de Calidad, que permite realizar acciones, medidas y soluciones para generar una mejora continua en nuestros procesos internos, en base al incremento de los niveles de satisfacción de los usuarios, clientes, consumidores o grupos de ellos (ISOtools, 2016). La calidad fue motivo de interés por parte de muchos tratadistas, **Díaz** (2003) refiere a los precursores de la calidad: Crosby, Deming, Feigenbaun, Ishikawa, Juran, ISO (Díaz Careaga, 2003)

Los principios fundamentales de la calidad propuestos por Philip B. Crosby. – la calidad está relacionado con el nivel de aprobación de las exigencias, esto lleva a conocer la conformidad y no conformidad con los requerimientos, logrando la proximidad al “cero defectos”, un paso importante del modelo discurre con acciones preventivas denominadas determinación, capacitación e implementación y como consecuencia se desarrollará un proceso continuo para mejorar los resultados esperados para el cual, plantea 14 pasos para el mejoramiento de la calidad (Díaz Careaga, 2003):

- *Asegúrese de que la dirección esté comprometida con la calidad.*
- *Forme equipos para el mejoramiento de la calidad con representantes de cada departamento.*
- *Determine cómo analizar dónde se presentan los problemas de calidad actuales y potenciales.*
- *Evalúe el costo de la calidad y explique su utilización como herramienta de administración.*
- *Incremente la información acerca de la calidad y el interés personal de todos los trabajadores.*
- *Tome medidas formales para corregir los problemas identificados a lo largo de los pasos previos.*
- *Instituya una comisión para el programa "cero defectos".*
- *Instruya a todos los empleados para que cumplan con su parte en el programa de mejoramiento de calidad.*

- *Organice una "jornada de los ceros defectos" para que todos los empleados se den cuenta de que ha habido un cambio.*
- *Aliente a los individuos para que se fijan metas de mejoramiento para sí mismos y para sus grupos.*
- *Aliente al personal para que comunique a la dirección los obstáculos que enfrenta en la persecución de sus metas de mejoramiento.*
- *Reconozca y valore a aquellos que participan activamente en el programa.*
- *Establezca consejos de calidad a fin de mantener informado al personal de forma regular.*
- *Repita todo para enfatizar que el programa de mejoramiento de calidad no finaliza jamás (Díaz Careaga, 2003)*

Los principios básicos de la calidad Edwards Deming. – en el mismo sentido, la calidad es un grado de uniformidad, fiabilidad y predecible, particularmente de bajo costo en función de los precios de mercado y el comportamiento de los consumidores, hecho que obliga a que continuamente se redefine el concepto de calidad y los requerimientos; considera que la revolución de la gestión en las organizaciones pasa por implantar una forma de trabajo, una filosofía de vida por medio de la calidad y lograr productividad que permite el éxito empresarial; en este contexto, define los 14 puntos de Deming como principios que ayudan a evaluar y autoevaluar la actuación de la dirección, determinando si se está haciendo lo adecuado para permanecer en el negocio, proteger a los inversores y conservar los puestos de trabajo (Díaz Careaga, 2003):

- *Crear constancia del propósito de mejoramiento para los procesos productivos y de servicios, lo que implica establecer una cultura empresarial a largo plazo.*
- *Adoptar la nueva filosofía de implementar la calidad, para el cual, los directivos deben asumir el rol de liderazgo con el reto de lograr competitividad.*
- *Dejar la dependencia de creer que el control logrará calidad, se impone el uso de nuevas herramientas de calidad, como calcular estadísticamente todos los procesos.*
- *Disminución de costos totales de operación, implica negociaciones razonables con los ofertantes a largo plazo en base a mantener lealtad y confianza de las transacciones.*

- Rediseñar los procesos buscando el mejoramiento continuo de la calidad teniendo en cuenta la productividad previniendo defectos.
- Instaure programas de capacitación, en todos los niveles de la organización, es importante mantenerse actualizados en distintos tópicos operativos y estratégicos.
- Establezca lineamientos del ejercicio de liderazgo, permite empoderarse de la función directriz, con sapiencia y habilidad de la autoridad y personal técnico.
- Prescinda de temores, para evitar transmitir inseguridad, promueva valores de cumplimiento a través de normas laborales, promoviendo la creatividad e innovación.
- Desbarate barreras interpersonales entre las áreas del negocio, trabajando en equipo de forma multidisciplinaria.
- Evitar el uso de eslóganes, ya que las campañas de promoción imponen tareas por medio del temor, es preferible dar confianza al trabajador.
- Descarte asignaciones métricas para los trabajadores o metas numéricas para la dirección, es deseable promover calidad y producción controlada.
- Excluya impedimentos para que el personal se desenvuelva con libertad adquiriendo identidad con la organización, eliminando evaluaciones anuales.
- Crear programas de auto superación para el personal de la compañía, produciendo nuevas conductas y promover el desarrollo de los mismos.
- Inducir el trabajo entre el personal de la organización que permita generar cambios significativos y compromiso de directivos y personal a través del esfuerzo necesario logrando mejoras (Díaz Careaga, 2003)

Los principios de la calidad de Armand V. Feigenbaum. – define a la calidad total como una responsabilidad encauzada a la excelencia, inició el proceso para las actividades empresariales, un modelo que ha avanzado combinando otras estrategias como la gestión de procesos, la gestión del conocimiento y el uso de herramientas tecnológicas en los negocios, considera que la calidad es una filosofía de trabajo, para el efecto describe tres pasos (Díaz Careaga, 2003):

- **Liderazgo.** Asumir el liderazgo de la calidad prioritariamente para alcanzar excelencia en calidad.

- **Técnicas de calidad modernas.** Se orienta la convicción que los directivos de la organización deben ser responsables de la calidad de los procesos productivos y de los servicios prestados determinando el control de fallos y defectos que hacen eficaz la gestión.
- **Compromiso de la organización.** Es necesario mantener la motivación entre los integrantes de la organización, desarrollar programas de capacitación en particular de procesos técnicos para mantener la calidad total planificando con objetividad (Díaz Careaga, 2003)

La calidad de Kaoru Ishikawa. - Se enfoca básicamente en el control de aseguramiento de la calidad, señalando que la calidad total es forma distinta de administración como principal objetivo de los negocios, en ese contexto considera que fijar metas a largo plazo es fundamental, asumiendo un plan de capacitación en calidad, reformar los niveles empresariales implementando objetivos estratégicos, incluyendo el aprendizaje como parte de la educación, desarrolló siete herramientas para el trabajo (Torcuato Castillo, 2019):

- **Los diagramas de Pareto.**
- **Los diagramas de causa - efecto (diagramas espina de pescado)**
- **Los histogramas**
- **Las hojas de control**
- **Los diagramas de dispersión**
- **Los fluxogramas**
- **Los cuadros de control**

Ishikawa profundizó la aplicación de la calidad al considerar que no era suficiente las 7 herramientas para el trabajo, planteando inclusive logró introducir el concepto de los círculos de control de calidad que se fue ampliamente difundido; por ese motivo, llevó sus prácticas al Japón donde implantó la filosofía de la calidad de Ishikawa que considera los siguientes puntos:

- La calidad comienza y finaliza con la educación
- Un primer paso hacia la Calidad es conocer los requerimientos del consumidor.
- Las condiciones ideales del control de Calidad, se dan cuando la inspección ya no es necesaria.
- Elimine la causa de origen y no los síntomas.

- El control de calidad es una responsabilidad de todos los trabajadores y de todas las divisiones.
- No confunda los medios con los objetivos.
- Priorice la calidad y fije sus perspectivas de ganancia en el largo plazo.
- El marketing es la entrada y la salida de la calidad.
- La dirección no debe reaccionar negativamente cuando los hechos son presentados por los subordinados.
- El 99% de los problemas de una compañía se resuelven utilizando las 7 herramientas del control de calidad.
- La información sin difusión es información falsa (Díaz Careaga, 2003)

Los principios básicos de la calidad según Joseph M. Juran. - supone a la calidad como proceso encaminado a mantener el equilibrio entre los ingresos y los costos en referencia al manejo de las características de los productos y servicios que satisfacen a los consumidores, para el cual plantea 3 procesos esenciales, la planificación, el control y el mejoramiento de la calidad, estos componentes que revolucionan la calidad son:

- Los directivos deben hacerse cargo de la administración para lograr calidad.
- Capacitar a toda la jerarquía en los procesos de gestión de la calidad.
- Mejorar la calidad a un ritmo revolucionario.
- Incorporar la participación de todos los trabajadores.
- Agregar en los planes de la organización, metas de calidad (Díaz Careaga, 2003)

ISO 9001, es una norma de gestión que ha tomado relevancia a nivel empresarial en todo el mundo, donde las empresas demuestran su capacidad para proveer los productos o servicios a través de unos requisitos que satisfagan las necesidades de sus consumidores (ISOtools, 2016), las normas establecen un Sistema de Gestión de la Calidad, para aplicarse en las empresas u organizaciones, considera los siguientes parámetros:

- Define la estrategia, incluyendo la aplicación de la misma norma.
- Se basa fundamentalmente en el enfoque de procesos para la gestión.
- Tomar en cuenta las necesidades y expectativas de todos los involucrados en el proceso de calidad, directivos, trabajadores y clientes.
- Considera el conocimiento y análisis del contexto, las estrategias y objetivos.
- Define el contexto, identificar las partes interesadas, establece el alcance de aplicación del enfoque de procesos y selecciona los objetivos.
- Incorpora el análisis de riesgos en los procesos del SGC.
- La alta dirección debe adquirir el compromiso y liderazgo.
- Documentar objetivamente la información con resultados controlados.
- Elimina los procesos burocráticos enfocándose en el cumplimiento veraz.
- Incorpora la gestión del conocimiento estableciendo lo necesario para implementar y ejecutar el SGC (Gonzales, 2015)

2.2.2. Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021

Las cifras que acompañan al Perú los últimos años, han mostrado un crecimiento económico importante ligeramente mayor a nuestros pares latinoamericanos, entre el 2002 al 2013 la tasa de crecimiento promedio del Producto Bruto Interno de 6.1% por año, la pobreza cayó de 52.2% en el 2005 a 26.1% el 2013; entre 2014 al 2018 la expansión económica disminuyó a 3.2% anual en promedio, como nos muestran los datos (Banco Mundial, 2019). La Secretaría de Gestión Pública de la Presidencia del Consejo de Ministros (SGP) es una institución que dirige el Sistema Administrativo de Modernización de la Gestión Pública, viene promoviendo el proceso de Modernización de la Gestión Pública a fin de lograr eficiencia en la labor pública, orientada a resultados y dar cuenta a la ciudadanía en general, motivo por el cual ha elaborado el “Marco Conceptual sobre Reforma y Modernización del Estado”, el “Diagnóstico sobre

la Situación de la Reforma y Modernización del Estado en el Perú”, los “Lineamientos de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública – PNMGP” que “establece la visión, los principios y lineamientos para una actuación coherente y eficaz del sector público, al servicio de los ciudadanos y el desarrollo del país” (Secretaría de Gestión Pública, 2013).

2.2.3. Plan Bicentenario Perú 2021

Las políticas de estado del Acuerdo Nacional aprobaron 31 Políticas de Estado, las que han sido agrupadas en cuatro ejes: (i) Democracia y Estado de derecho; (ii) Equidad y justicia social; (iii) Competitividad del país; y (iv) Estado eficiente, transparente y descentralizado. Constituyen el marco para definir Objetivos Nacionales, Políticas, Metas y Acciones incluidos en el Plan Bicentenario, donde concibe la visión compartida nacional: “Somos una sociedad democrática en la que prevalece el Estado de derecho y en la que todos los habitantes tienen una alta calidad de vida e iguales oportunidades para desarrollar su máximo potencial como seres humanos. Tenemos un Estado moderno, descentralizado, eficiente, transparente, participativo y ético al servicio de la ciudadanía” (CEPLAN, 2011), en el mismo sentido “Nuestra economía es dinámica, diversificada, de alto nivel tecnológico y equilibrada regionalmente, con pleno empleo y alta productividad del trabajo. El país favorece la inversión privada y la innovación, e invierte en educación y tecnología para aprovechar competitivamente las oportunidades de la economía mundial. La pobreza y la pobreza extrema han sido erradicadas, existen mecanismos redistributivos para propiciar la equidad social, y los recursos naturales se aprovechan en forma sostenible, manteniendo una buena calidad ambiental” (CEPLAN, 2011)

2.2.4. Plan Estratégico Nacional del Turismo

El Plan Estratégico Nacional del Turismo PENTUR 2025, propone un conjunto de tareas para que el país se adapte a nuevos escenarios y fortalecer el turismo con inclusión social, logrando metas al año 2025, 8 millones de turistas internacionales, ingreso de divisas por turismo receptivo US\$ 9 mil millones, US\$63 millones en flujo de viajes por turismo interno, promover alrededor de 1,5

millones de empleos en el sector turismo, se ha planteado 17 objetivos del Desarrollo Sostenible, tres de ellos tienen relación con el sector (8, 12 y 14):

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en y entre los países.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (Tasso, Promperú, Titicaca, Rojas, & Crédito, 2016)

2.2.5. Plan de Calidad del Turismo

El Plan Nacional de Calidad del Turismo del Perú – CALTUR fue presentado en el 2005, posteriormente se ha extendido para el 2017-2025, se

hace referencia a los productos turísticos, atractivos turísticos, servicios y facilidades turísticas, posicionamiento de la marca Perú, para el cual, parte de la calidad de los recursos humanos en turismo, calidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos y calidad de los destinos turísticos; los resultados que se han logrado durante los últimos diez años, son esperanzadores para el país, 7.7% por año en el incremento de llegada de turistas, en el 2016 se recibió 3,7 millones de turistas internacionales y con un impacto favorable en la oferta turística, la recaudación de divisas producto del turismo y la generación de empleo de manera importante (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017). Para el efecto, se delimitó 4 objetivos con sus respectivas estrategias y 4 fases para su implementación:

- Recursos humanos competentes constituyen la base de la gestión de la oferta turística a todo nivel.
- Prestadores de servicios turísticos siguen buenas prácticas empresariales y desarrollan su actividad con responsabilidad social y ambiental.
- Sitios turísticos se manejan con criterio de uso público sostenible, disponen de servicios y facilidades adecuadas y constituyen productos atractivos y competitivos.
- Destinos turísticos principales brindan seguridad al visitante y se manejan con una óptima gestión (MINCETUR, 2008)

Fase I	Fase II	Fase III	Fase IV
Capacitación	Asistencia técnica	Monitoreo y evaluación	Reconocimiento de buenas prácticas
Proceso de inducción al Manual de Buenas Prácticas	Asistencia técnica personalizada	Conoce el nivel de aplicación de las buenas prácticas	A quien aplique por lo menos el 80% de las buenas prácticas

Fuente: (MINCETUR, 2011)

2.2.6. Plan COPESCO

Creado como Comisión Especial para Supervigilar el Plan Turístico Cultural Perú-Unesco con Decreto Supremo N°001-69-IC/DS el 25 de abril de 1969, formula, coordina, dirige, ejecuta, supervisa y brinda asistencia técnica especializada en proyectos turísticos realizando estudios en lugares arqueológicos, fue una propuesta de la Organización de las Naciones Unidas

para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Plan COPESCO incluyó: Estudio general del turismo, transporte, urbanización, restauración y desarrollo del sector hotelero, donde las inversiones destinaron alrededor de \$200 millones de dólares, se han desarrollado obras de infraestructura turística y programas de fomento al desarrollo regional, en ese sentido, el Plan Copesco cumple 4 objetivos como pilares del Plan Estratégico Nacional del Turismo - Pentur:

- Diversificación y consolidación de mercados
- Diversificación y consolidación de la oferta
- Facilitación turística
- Institucionalidad del sector (Chávez, 2019)

2.2.7. Formación Turística

Es el Sistema donde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo convoca a los prestadores de servicios turísticos que aplican los Manuales de Buenas Prácticas (MBP), desarrollando y cumpliendo en forma satisfactoria con cada una de las fases de la generación de servicios turísticos, tiene como objetivos: Contribuir e incentivar el desarrollo sostenible de la actividad turística, en particular en los Destinos Turísticos, a través del desarrollo y aplicación de buenas prácticas ambientales en los servicios turísticos (por los prestadores o empresas de servicios turísticos). Contribuir a mejorar la protección del ambiente y minimizar los impactos ambientales negativos que generan las actividades de competencia del sector turismo. Mejorar los procesos de los servicios de hospedaje, restaurant, transporte acuático y terrestre, entre otros (M. de C. E. y T. MINCETUR, 2018)

2.2.8. Competitividad turística

Porter (1991) al referirse a la competitividad describe como la capacidad de una organización para producir bienes o servicios y comercializarlos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus competidores; para lograr el efecto competitivo patrocina el modelo de estrategias ventaja competitiva; por un lado, el liderazgo en costos bajos; y, por otro lado, la diferenciación.

El Liderazgo por costos

Significa que una organización adopta establecer como estrategia, el más bajo costo de la industria de sus productos o servicios, como resultado de disminuir sobrepuestos o sobrecargas, logrando equiparidad con sus homólogos competidores y eso marca como estrategia de diferenciación, básicamente en áreas de producción, distribución, ventas, comercialización, servicios o imagen. El enfoque de diferenciación: permite a la empresa afijarse en un segmento de mercado, ya sea por menores costos o por productos o servicios diferenciados; asegura la rentabilidad en base al promedio de la industria (Porter, 1991)

2.2.9. Promoción turística

El Plan CALTUR, diseñó una forma de crear una identidad, proponiéndose la construcción de un proceso participativo con los agentes turísticos, para el cual concibe 5 aspectos esenciales que define el programa: determinación de segmentos sensitivos como oferta potencial para el turismo; establecer un proceso de localización de sitios turísticos como nichos de mercado para convertirlos en atracciones de la oferta turística; impulsar las estrategias definidas por segmentos o nichos de mercado; focalizar mercados turísticos para el mapeo de sitios turísticos; implementar las buenas prácticas de proceso y servicios estableciendo protocolos para los visitantes turistas y lograr su satisfacción estandarizada; promover la difusión de lugares turísticos, creando programas de promoción a nivel nacional e internacional.

2.3. Marco filosófico

2.3.1. Fundamentos ontológicos

La presente investigación se basa en fundamentos ontológicos de la filosofía, dado que observamos la existencia de una realidad concreta, es obvio que existe la práctica sectorial de empresas en el planeamiento, flujo turistas, ingresos tributarios, participación % del sector, la empleabilidad en servicios turísticos dentro del sistema socioeconómico. Izaguirre (2014) señala que el fundamento ontológico nos permite relacionar aspectos diversos, desiguales, actos, sucesos, objetos etc. (Izaguirre Remón, 2014), por este motivo, el principal objeto de estudio es la ejecución del plan CALTUR del MINCETUR y el desempeño de los resultados. No hay duda que podemos dar respuesta a las

interrogantes trazadas y esclarecer que quienes implementan el plan CALTUR es el MINCETUR como ente gubernamental en primer orden, a través de la ejecución del presupuesto público y utilizando mecanismos normativos de medidas de incentivo para empleados, empresarios, emprendedores, personas naturales o jurídicas e inversionistas nacionales y extranjeros interesados en incursionar o dedicados al turismo en segundo orden, y la principal finalidad es reforzar la competitividad del sector, incorporando estabilidad.

2.4. Conceptual

2.4.1. Plan Calidad del Turismo

“Es el resultado del proceso que implica satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas (OMT, 2003)” (M. de C. E. y T. MINCETUR, 2018), además de incluir “los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural (OMT, 2003)” (M. de C. E. y T. MINCETUR, 2018)

2.4.2. Efectividad

Consiste en la capacidad o habilidad que puede demostrar una persona, un animal, una máquina, un dispositivo o cualquier elemento para obtener determinado resultado a partir de una acción de preferencia estimado por el receptor (Manene Cerrageria, 2013)

2.5. Definición de términos básicos

2.5.1. Actividad turística

Es el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo, son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos (MEF, 2011).

2.5.2. Afluencia de turistas o arribos

Se refiere a las personas que llegan a un lugar, establecimiento turístico, hospedaje y se registran para ocupar una habitación por uno o más días, contra pago por este servicio, cualquiera sea su edad y sexo (INEI, 2009).

2.5.3. Atractivo turístico

“Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor” (MEF, 2011).

2.5.4. Buenas prácticas

“Una buena práctica no es tan sólo una práctica que se define buena en sí misma, sino que es una práctica que se ha demostrado que funciona bien y produce buenos resultados, y, por lo tanto, se recomienda como modelo. Se trata de una experiencia exitosa, que ha sido probada y validada, en un sentido amplio, que se ha repetido y que merece ser compartida con el fin de ser adoptada por el mayor número posible de personas” (FAO, 2015).

2.5.5. Destinos turísticos

“Un espacio geográfico determinado con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. El Destino atrae a turistas con producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral” (MEF, 2011).

2.5.6. Empleo turístico

“Refiérase al empleo generado por el turismo en todas sus formas y modalidades, dada la gran variedad de actividades, tipos de establecimientos, contratos de trabajo y arreglos laborales englobadas por el turismo” (Ventura-Días, 2011).

2.5.7. Entidad pública

Constituye entidad pública para efectos de la Administración Financiera del Sector Público, todo organismo con personería jurídica comprendido en los niveles de Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, incluidos sus respectivos Organismos Públicos Descentralizados y empresas, creados o por crearse; las Sociedades de Beneficencia Pública; los fondos, sean de derecho público o privado cuando este último reciba transferencias de fondos públicos; las empresas en las que el Estado ejerza el control accionario; y los Organismos Constitucionalmente Autónomos (MEF, 2011)

2.5.8. Operador turístico

“Aquel que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional para ser ofrecidos y vendidos a través de las agencias de viaje y turismo (mayoristas o minoristas); pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista” (MEF, 2011)

2.5.9. PIP del turismo

“Constituye una intervención limitada en el tiempo que utiliza total o parcialmente recursos públicos con el fin de instalar, ampliar, mejorar o recuperar la capacidad de brindar servicios turísticos públicos; cuyos beneficios se generen durante la vida útil del proyecto” (MEF, 2011)

2.5.10. Planeación

Actividad de trazar las líneas generales de lo que debe hacerse y fijar los métodos de hacerlo, con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa (Chiavento, 2004)

2.5.11. Políticas

“Entiéndase la política como ciencia y arte de gobernar que trata de la organización y administración de un Estado en sus asuntos e intereses. Las políticas son comportamientos propositivos, intencional, planeado, no simplemente reactivo, casual para alcanzar ciertos objetivos a través de ciertos

medios: es una acción con sentido. Es un proceso, un curso de acción que involucra todo un conjunto complejo de decisiones y operadores. La política también es una actividad de comunicación pública” (Ruíz López, Domingo. Cadéñas Ayala, 2016)

2.5.12. Políticas sectoriales y políticas públicas

“Las Políticas Públicas son diseños que sustentan la acción pública. Establecen prioridades de gobierno claras y pertinentes, que luego las entidades públicas expresarán en objetivos, metas y los respectivos procesos que los convertirán en productos institucionales: regulaciones, procedimientos administrativos, bienes y servicios públicos, todos los cuales tendrán un impacto positivo en el ciudadano, dados los recursos disponibles” (Secretaría de Gestión Pública, 2013)

2.5.13. Presupuesto

“Es un instrumento de gestión del Estado para el logro de resultados a favor de la población, a través de la prestación de servicios y logro de metas de cobertura con equidad, eficacia y eficiencia por las Entidades Públicas. Establece los límites de gastos durante el año fiscal, por cada una de las Entidades del Sector Público y los ingresos que los financian, acorde con la disponibilidad de los Fondos Públicos, a fin de mantener el equilibrio fiscal” (MEF, 2015)

2.5.14. Producto Bruto Interno Nacional

El producto interno bruto (PIB) es la suma monetaria de los bienes y servicios finales producidos internamente en un país en un período de tiempo determinado; es decir, hay que sumar lo que se produce dentro del territorio nacional (Rache de Camargo, Blanca Luz. Blanco Neira, 2010)

2.5.15. Recursos Humano

El término Recurso Humano como gestión de personas o gestión del talento humano tiene 3 significados según Chiavenato (2009):

“1. RH como función o departamento: unidad operativa que funciona como órgano de asesoría (staff), es decir, como elemento prestador de servicios en las áreas de reclutamiento, selección, entrenamiento, remuneración, comunicación, higiene y seguridad laboral, beneficios, etc. 2. RH como prácticas de recursos humanos: se refiere a cómo ejecuta la organización sus operaciones de reclutamiento, selección, entrenamiento, remuneración, beneficios, comunicación, higiene y seguridad industrial. 3. RH como profesión: se refiere a los profesionales que trabajan de tiempo completo en cargos directamente relacionados con recursos humanos: seleccionadores, entrenadores, administradores de salarios y beneficios, ingenieros de seguridad, médicos, etc.” (Chiavenato, 2009)

2.5.16. Servicio

“Es el resultado de la interacción entre el cliente, el soporte físico y el personal de contacto que, adicionalmente, es lo que hace distintiva a la empresa que lo presta, ya que producirá la satisfacción de una necesidad y el cumplimiento de una expectativa” (M. de C. E. y T. MINCETUR, 2018)

2.5.17. Sistema

“Es un conjunto de partes interrelacionadas e interdependientes dispuestas de tal forma que se produce un todo unificado. Los dos tipos básicos de sistemas son cerrados y abiertos. Los sistemas cerrados no reciben influencia de su entorno ni interactúan con él. Por el contrario, los sistemas abiertos se ven influenciados por su entorno e interactúan con él. Hoy en día, cuando describimos a las organizaciones como sistemas, nos referimos a sistemas abiertos” (Robbins, 2010)

2.5.18. Turismo

“Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado” (MEF, 2011)

2.5.19. Turista-Visitante

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado. Los visitantes son parte de la población afectada por un problema que un proyecto de inversión pública, en el sector turismo, intenta solucionar (MEF, 2011)

3. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

El Plan Nacional de Calidad Turística del Perú CALTUR 2010-2019 se relaciona significativamente con la efectividad del sector

3.1.2. Hipótesis específicas

La relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico es significativa

La relación que existe entre el entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas es significativa

La relación que existe entre promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional es significativa

La relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística es significativa

La relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción del turista es significativa

3.2. Definición conceptual de variables.

3.2.1. Plan de Calidad del Turismo

Es un instrumento de gestión del Sector Turismo que establece las estrategias y líneas de acción en materia de calidad, para posicionar al Perú como un destino global de calidad, logrando que sus destinos y productos sean percibidos como espacios y experiencias de alto valor en todos sus componentes (M. MINCETUR, 2015)

3.2.2. Efectividad

“Es una medida de la idoneidad de las metas organizacionales y de qué tan bien se están cumpliendo dichas metas. Eso es lo esencial para los gerentes, y es lo que da la pauta para las decisiones administrativas al momento de diseñar las estrategias y las actividades laborales y de coordinar el trabajo de los empleados” (Robbins, 2010)

3.2.3. Operacionalización de variables

Para Hernández (2014) la operacionalización de variables es “el paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes, se le denomina operacionalización (Hernández Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, 2014)

Tabla 3: Operacionalización de variables

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DEFICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICION DE LAS DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - Plan CALTUR	Cuantitativa	El Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR, es un instrumento de gestión del Sector Turismo que establece las estrategias y líneas de acción en materia de calidad, para posicionar al Perú como un destino global de calidad, logrando que sus destinos y productos sean percibidos como espacios y experiencias de alto valor en todos sus componentes	Centros de Formación Turística	Proceso de entrenamiento en actividades turísticas en comunicación, higiene y seguridad industrial	Centros de formación por Regiones Equipamiento de Centros Diseño de oferta turística	Intervalo
			Asistencia Técnica para la Competitividad Turística	Es una asesoría en temas turísticos a través de la participación de especialistas buscando soluciones a problemas específicas	Calidad de los servicios Atención al turista Reducción de costos operativos	Intervalo
			Promoción Turística	Es la difusión de destinos turísticos, con acciones de informar cómo queremos que el turista pueda percibir los sitios	Diversificación de productos turísticos Diversificación de la oferta. Institucionalidad del sector	Intervalo
			Programación de acondicionamiento Turístico COPESCO	Está relacionado con la formulación, coordinación, dirección, ejecución, supervisión y brindar asistencia en proyectos de inversión de infraestructura, y desarrollo turística	Atractivos turísticos Actividades recreativas Generar imagen	Intervalo
			Ejecución presupuestal (%)	Fase del ciclo presupuestario donde se utiliza los recursos económicos y financieros del sector turismo	Unidad ejecutora Programa presupuestal Ejecución de presupuesto	Intervalo

Efectividad	Cuantitativa	Es una medida de la idoneidad de las metas organizacionales y de qué tan bien se están cumpliendo dichas metas. Eso es lo esencial para los gerentes, y es lo que da la pauta para las decisiones administrativas al momento de diseñar las estrategias y las actividades laborales y de coordinar el trabajo de los empleados	Empleo Turístico	Número de puestos de trabajo formales generados por la actividad turística en un determinado período	Nro. de empleos generados por la actividad turística	Intervalo
			Afluencia de Turistas	Número de personas extranjeras o nacionales que ingresan por concepto de turismo en un determinado período	Cantidad de turistas que ingresaron al país	Intervalo
			Participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI Nacional.	Índice porcentual del PBI como ingresos por concepto de divisas del turismo	% del PBI por ingresos por divisas del turismo receptivo	Intervalo
			Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística	Cantidad de S/, o US\$ provenientes de actividades turísticas en un determinado período	Cantidad de S/. por divisas generados por la actividad turística	Intervalo

Fuente: elaboración propia Raúl Suárez Bazalar

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación es básica, observacional, retrospectiva, longitudinal y analítica; y el diseño es una investigación No Experimental de corte longitudinal, correlacional, con un enfoque cuantitativo.

4.2. Método de investigación

El método “se trata de un procedimiento riguroso formulado lógicamente, que permite adquirir un conjunto de conocimientos en forma sistemática y organizada” (Maya, 2014). Para el presente trabajo se ha considerado el uso del método de observación y método deductivo.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

Está dado por los períodos anuales del 2010 al 2019 considerados para el presente estudio, actividades desarrolladas en el sector turismo, trascendente en la valoración del desempeño del sector a nivel nacional, por lo que se han distinguido como los principales ítems. También se toma en cuenta la cantidad de turistas visitantes que llegaron a nuestro país, las inversiones ejecutadas por el Estado y los tributos generados, todos estos datos nos permitirán observar el desarrollo del sector.

4.3.2. Muestra

La muestra está conformada por los períodos considerados en la investigación, es decir los años: 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019. Durante estos años se analizará los siguientes datos: la inversión que a través del plan CALTUR ha realizado el MINCETUR, cantidad de turistas registrados en el período, tributos generados por el turismo.

4.4. Lugar de estudio y período desarrollado

Se analizó la información del MINCETUR, datos de las Regiones: Amazonas, Arequipa, Cajamarca, Cusco, Ica, La Libertad, Lambayeque, Lima,

Piura, Puno, San Martín, Tacna y Tumbes, por tratarse de entidades que acopian y registran todos los datos que se requiere del Plan CULTUR; así mismo, las entidades vinculadas al sector turismo que se visitaron y fueron requeridos, ya sea a través de medios electrónicos, digitales, no presenciales y otras con trabajo de campo.

4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

Se usará la técnica de análisis documental, registrando los datos con el instrumento de fichas de análisis, es una forma básica de recolectar los datos por que permite indagar los índices del plan CULTUR y los indicadores de efectividad del sector por meses y años, dentro del periodo de estudio; para el efecto, se presenta la validación de instrumentos de opinión de expertos (ver anexo 3).

4.6. Análisis y procesamiento de datos

El procesamiento y análisis de datos se realizó empleando el programa Ms. Excel y el software SPSS versión 25; mientras para la redacción, se usó el programa Ms. Word y el gestor de referencias bibliográficas Mendeley.

5. RESULTADOS

5.1. Resultados descriptivos

5.1.1. Distribución normal y pruebas de normalidad

Para hallar la distribución de normalidad de los datos, planteamos lo siguiente:

¿Es la distribución de la variable aleatoria diferente a la distribución normal?

Planteamos la hipótesis para la prueba de normalidad:

H_0 : La distribución de la variable aleatoria es distinta a la distribución normal

H_1 : La distribución de la variable aleatoria no es distinta a la distribución normal

Corriendo el programa, se tiene:

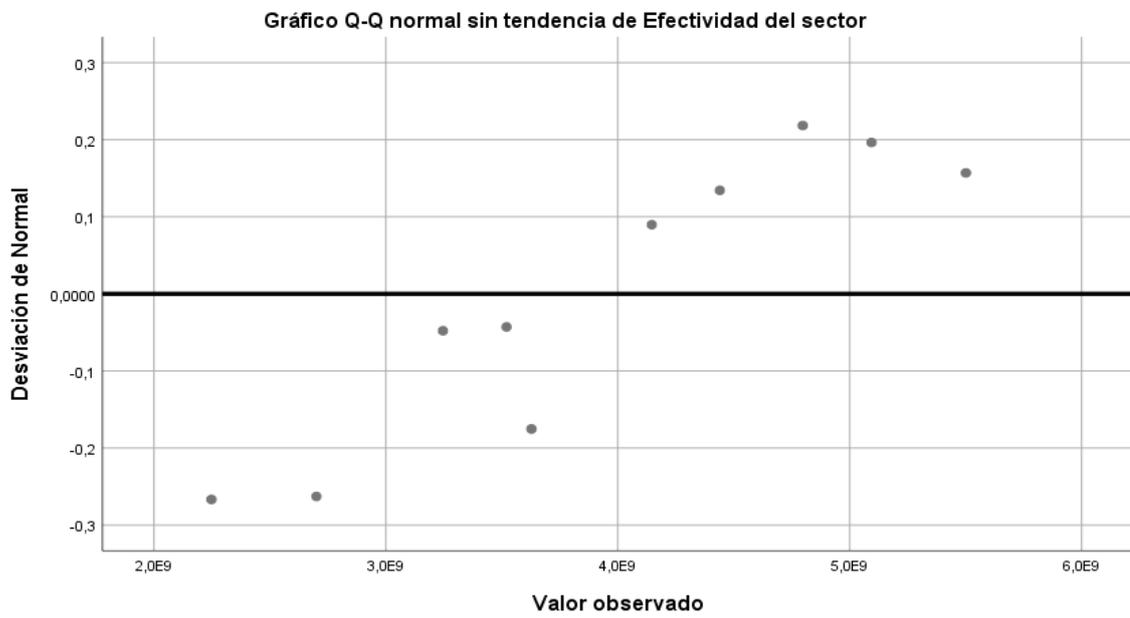
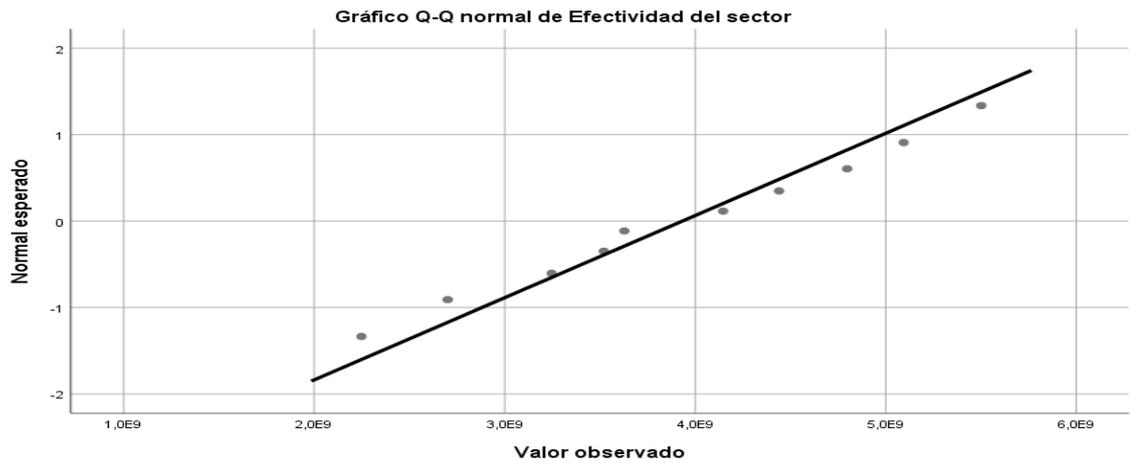
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Efectividad del sector	,114	10	,200 [*]	,978	10	,955

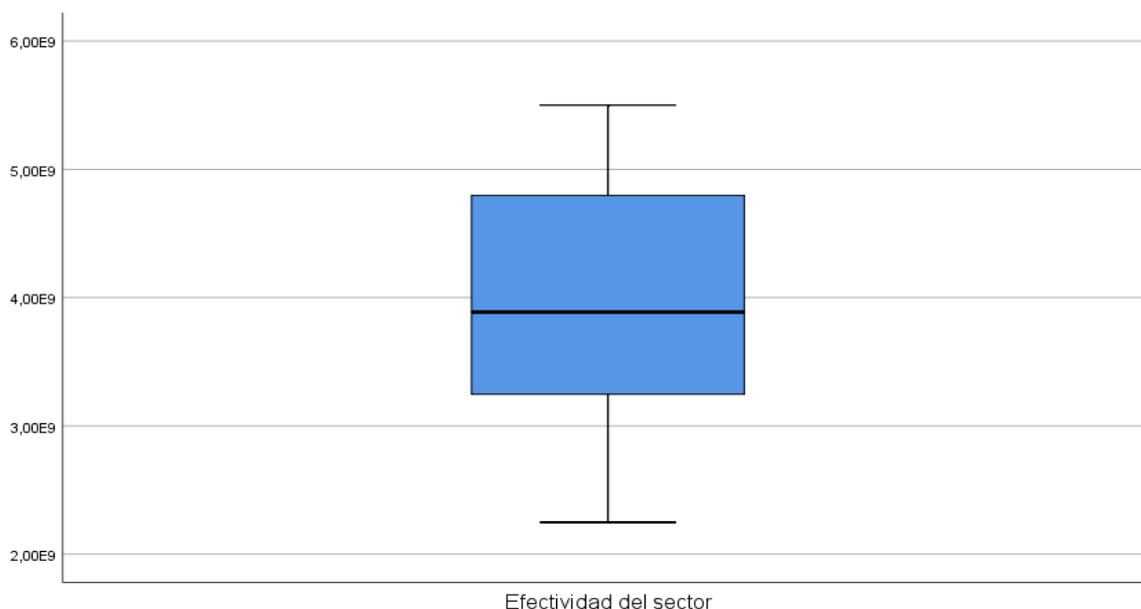
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Donde:

El valor de $p = 0.955 = 95.5\%$, entonces, se puede inferir que con una probabilidad de error del 0.05 y una significancia del 95.5% se acepta la H_1 considerando que es verdadera, es decir: la distribución de la variable aleatoria no es distinta a la distribución normal. Ilustrativamente se demuestra en el gráfico Q-Q normal de efectividad del sector, sin tendencia de efectividad del sector, y el diagrama de caja de bigotes muestra el valor más bajo del primer cuartil.



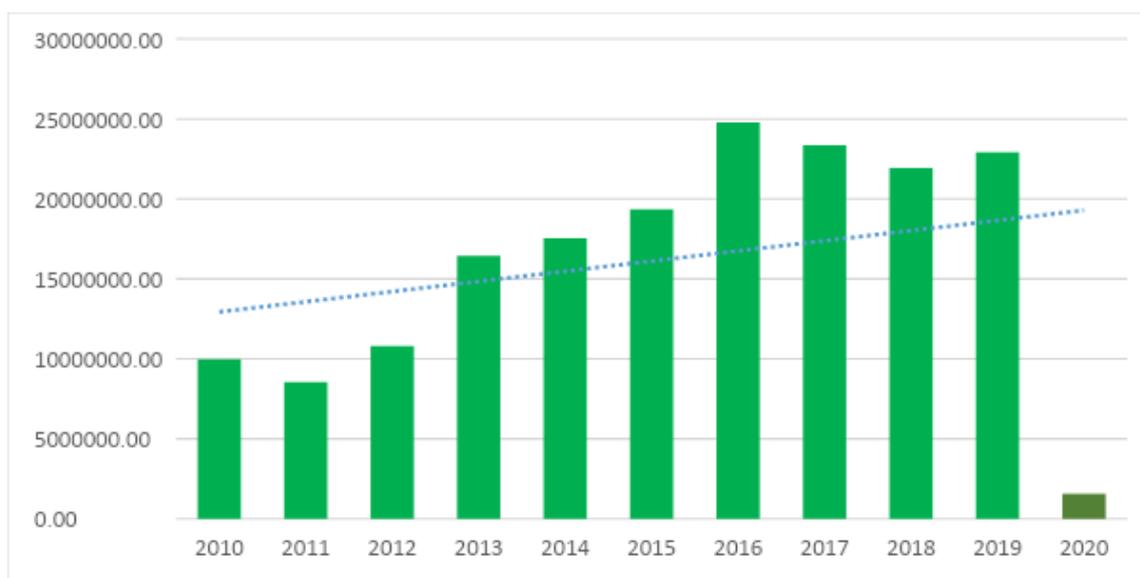


En consecuencia, la prueba de normalidad obtenido a través del instrumento de análisis de contenido de la efectividad del sector turismo, tiene una distribución normal.

5.1.2. Plan de Calidad del Turismo

El presupuesto asignado para el Centro de formación en turismo (S/.) tuvo un comportamiento ascendente, en el período de estudio el año 2010 alcanzó S/. 9,9 millones de soles, con una ligera baja en el 2011 que llegó a S/. 8,5 millones, para luego incrementarse en el 2012 a S/. 10,8 millones; 2013 S/. 16,4 millones; 2014 S/. 17,5 millones; 2015 S/. 19,3 millones; 2016 S/. 24,7 millones; 2017 S/. 23,3 millones; otra ligera baja en el 2018 llegando a S/. 21,9 y finalmente en el 2019 S/. 22,9 millones; es decir, la asignación de presupuesto estuvo en alza durante el período considerado en el estudio (ver figura 2).

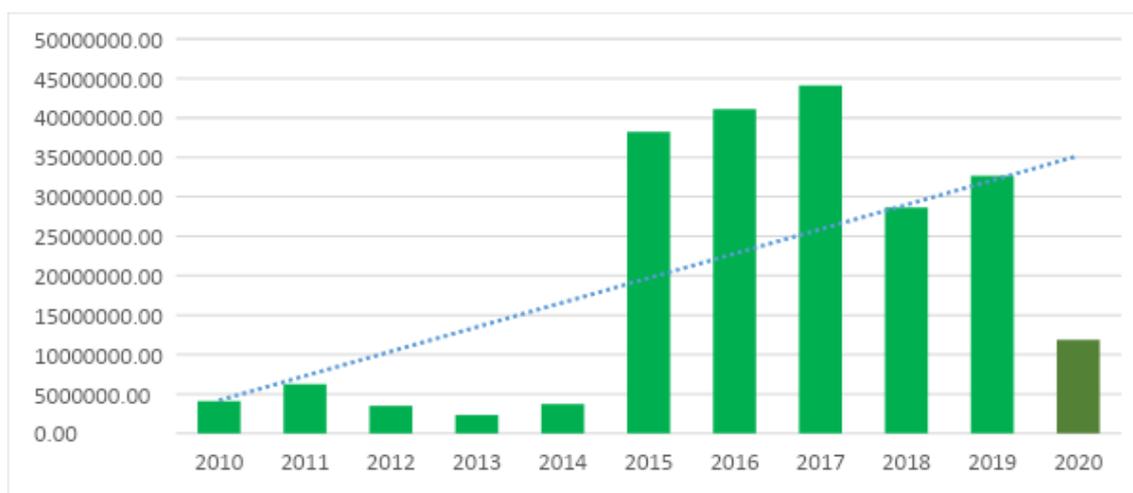
Figura 2: Presupuesto para el Centro de Formación en Turismo 2010-2019



Elaboración propia

El presupuesto que el Mincetur destinó para el componente competitividad artesanal (asistencia técnica S/.), se desarrolló a inicios con una menor performance, durante el 2010 llegó a S/. 4,1 millones; en el 2011 fue de S/. 6,2 millones; en el 2012 fue de S/. 3,5 millones; el 2013 fue de S/. 2,3 millones; El 2014 fue de S/. 3,7 millones; sin embargo, durante los siguientes años, tuvo un incremento importante así que el 2015 se destinó S/. 38,2 millones; 2016 S/. 41.1 millones, 2017 fue de S/. 44,1 millones; en el 2018 hubo una baja importante llegando a asignarse S/. 28,6 millones; en el 2019 se remontó llegando a S/. 32,6 millones (ver figura 3).

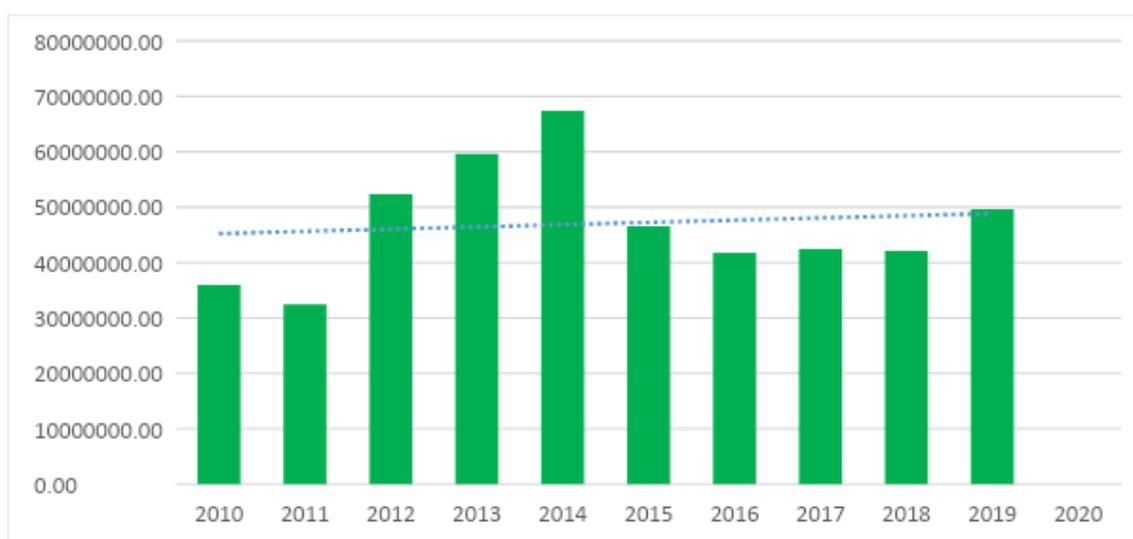
Figura 3: Presupuesto para la Competitividad artesanal y Asistencia técnica 2010-2019



Elaboración propia

Sobre las inversiones para la Promoción del Turismo (S/.) en el 2010 se consignó S/. 35,9 millones; en el 2011 se entregó S/. 32,4 millones; para el 2012 fue de S/. 52,3 millones; en el 2013 se asignó S/. 59,6 millones; para el 2014 el presupuesto ascendió a S/. 67,4 millones; para el 2015 el presupuesto se registró en S/. 46,5 millones; para el 2016 fue de S/. 41,7 millones; en el 2017 el presupuesto fue de S/. 42,4 millones; para el 2018 fue de S/. 42,1 millones; y para el 2019 el presupuesto llegó a S/. 49,5 millones (ver figura 4)

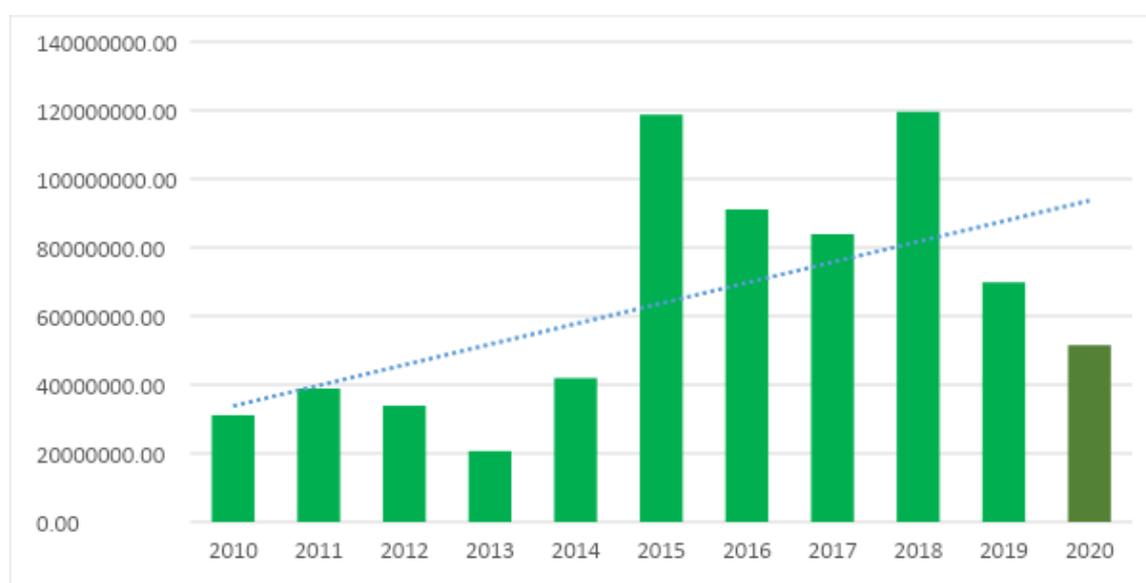
Figura 4: Presupuesto para la Promoción del turismo 2010-2019



Elaboración propia

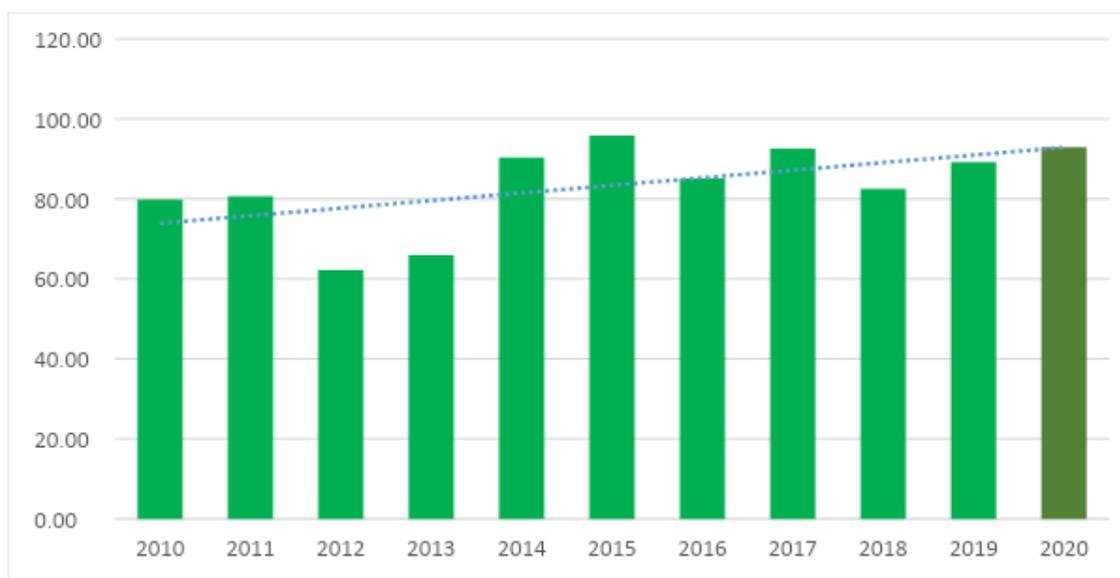
Respecto al presupuesto asignado por concepto de Plan COPESCO (S/.), en el año 2010 se dispuso de S/. 31,1 millones; en el 2011 fue de S/. 38,9 millones; en el 2012 fue de S/. 33,8 millones; en el 2013 fue de S/. 20,6 millones; en el 2014 fue de S/. 41,9 millones; en el 2015 fue superior llegando a S/. 118,7 millones; en el 2016 se destinó S/. 91,0 millones; en el 2017 fue de S/. 83,8 millones; en el 2018 fue de S/. 119,6 millones; y, en el 2019 fue de S/. 69,9 millones (ver figura 5)

Figura 5: Presupuesto para Plan COPESCO 2010-2019



Elaboración propia

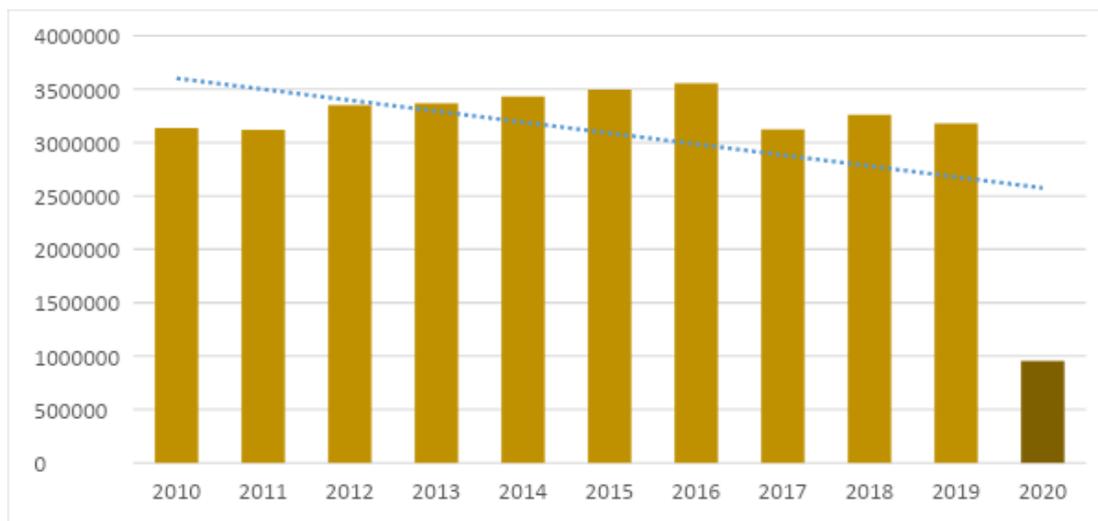
La ejecución presupuestal (%) del MINCETUR ha tenido una diligencia importante para atender los programas y proyectos del sector turismo, las acciones para la ejecución durante el período de estudio, se manifestó por las decisiones que los responsables han tomado, así, el 2010 llegó a una ejecución del 79.80%; el 2011 ejecutó 80.70%; el 2012 ejecutó 62.20%; el 2013 ejecutó el 65.90%; el 2014 ejecutó el 90.40%; el 2015 ejecutó el 95.80%; el 2016 ejecutó el 85.10%; el 2017 ejecutó el 92.60%; el 2018 ejecutó el 82.50%; y, el 2019 ejecutó el 89.20% (ver la figura 6)

Figura 6: Presupuesto % de ejecución del 2010-2019

Elaboración propia

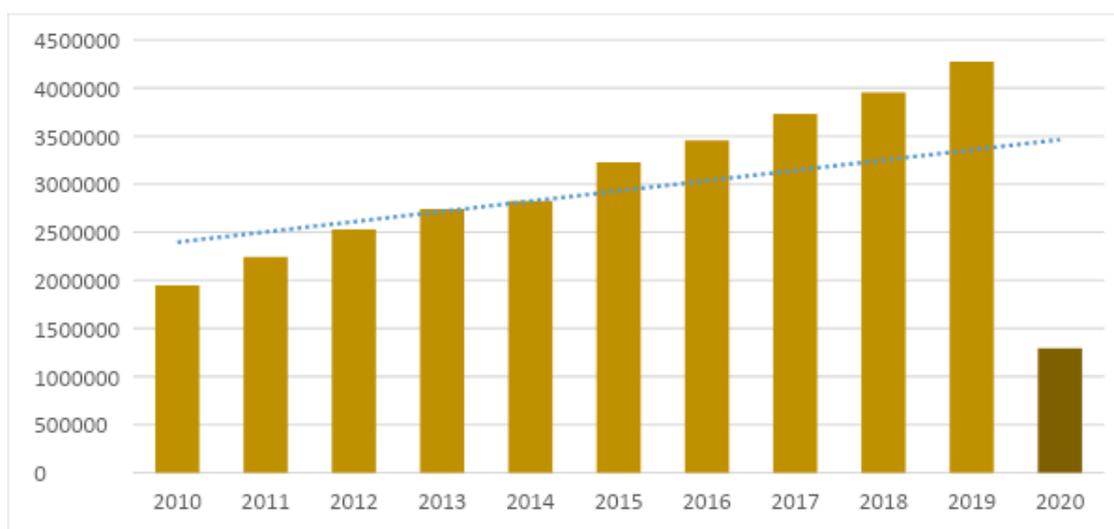
5.1.3. Efectividad del sector

El sector turismo representa una actividad significativa para nuestro país ya que cuenta con lugares turísticos de mucho atractivo para los turistas a nivel mundial, país denominado legendario con centros arqueológicos, sitios turísticos naturales donde se hallan paisajes majestuosos, templos coloniales y con mucho arraigo ancestral del imperio incaico, desde hace más de cincuenta años se ha dado impulso para lograr convocar a la mayor cantidad de turistas y también es el sector que permite el desarrollo de negocios adyacentes para activar el sector, genera empleo Turístico (personas) en forma sustancial, durante el período de estudio de la presente investigación, ha registrado un incremento de personas dedicadas a esta actividad, el 2010 el empleo estuvo en el orden de 3,1 millones de personas; el 2011 se repitió la cantidad es decir 3,1 millones de empleos; el 2012 se dedicaron al turismo 3,3 millones de personas; el 2013 llegó a emplear a 3,3 millones de personas; el 2014 empleó 3,4 millones de personas; el 2015 empleó a 3,4 millones de personas; el 2016 empleó a 3,5 millones de personas; el 2017 empleó 3,1 millones de personas; el 2018 empleó a 3,2 millones de personas; y, el 2019 se empleó a 3,1 millones de personas (ver figura 7)

Figura 7: Empleo generados por año del sector turismo 2010-2019

Elaboración propia

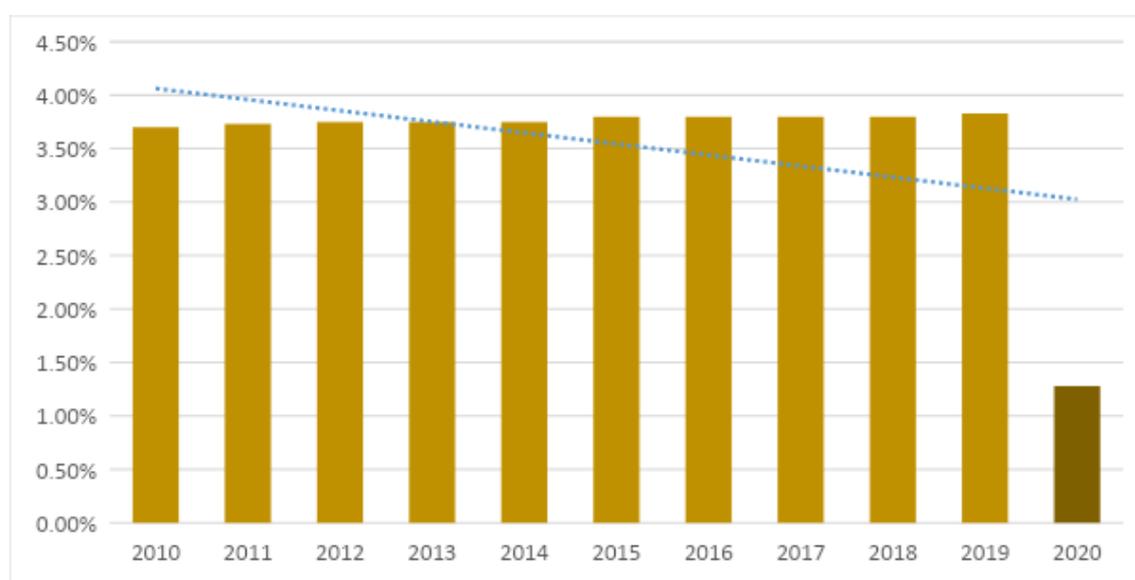
El ritmo de la afluencia de turistas (personas) durante el período de estudio de la investigación tuvo una actuación ascendente, el 2010 llegaron 1,9 millones de turistas; el 2011 fue de 2,2 millones de turistas; el 2012 llegó a 2,5 millones de turistas; el 2013 llegó 2,7 millones de turistas; el 2014 fue de 2,8 millones de turistas; el 2015 fue de 3,2 millones de turistas; el 2016 llegaron 3,4 millones de turistas; el 2017 llegaron 3,7 millones de turistas; el 2018 llegaron 3,9 millones de turistas y el 2019 llegaron 4,2 millones de turistas (ver figura 8)

Figura 8: Afluencia de turistas al Perú 2010-2019

Elaboración propia

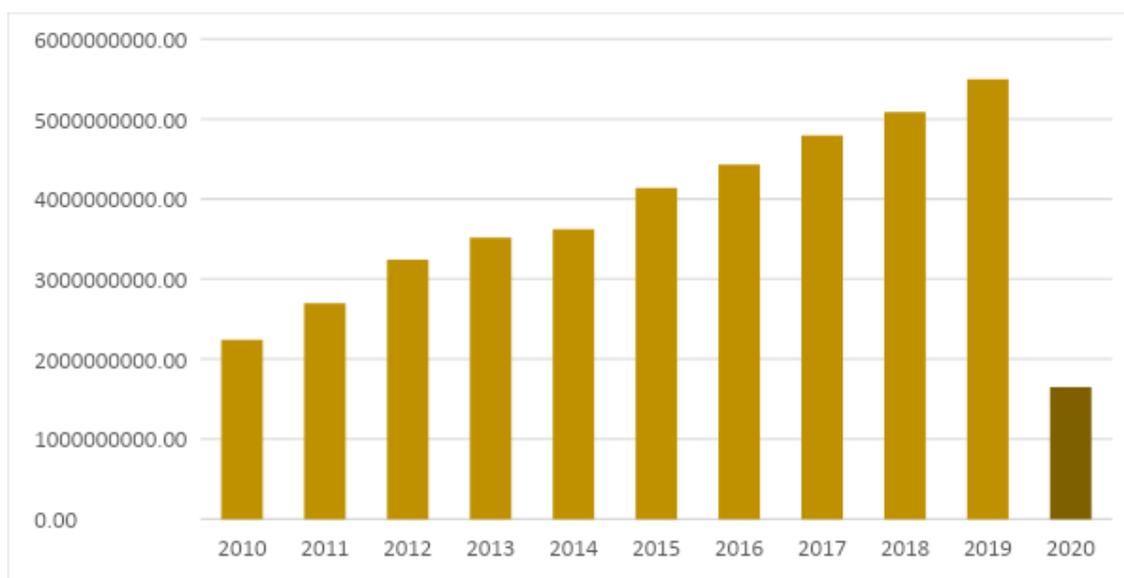
La participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI (%) durante el 2010 al 2019, el índice prácticamente se mantuvo permanente, el 2010 su ocurrencia fue del 3.70%; el 2011 fue del 3.73%; el 2012 fue del 3.75%; el 2013 fue del 3.75%; el 2014 fue del 3.75%; el 2015 fue del 3.80%; el 2016 fue del 3.80%; el 2017 fue del 3.80%; el 2018 fue del 3.80%; y el 2019 fue del 3.83% respecto del PBI nacional (ver figura 9)

Figura 9: Participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI (%) 2010-2019



Elaboración propia

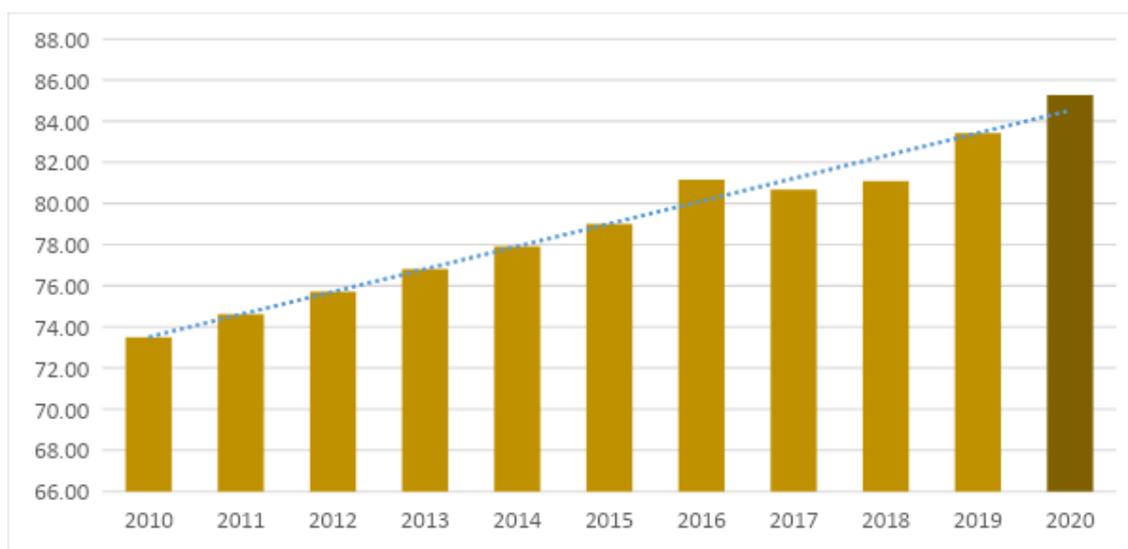
Los Ingresos de divisas generadas por la Actividad Turística (US\$) durante el período de estudio del 2010- al 2019, tuvo un comportamiento en subida, así en el 2010 fue de (US\$) 2,242 millones; el 2011 fue de (US\$) 2,695 millones; el 2012 fue de (US\$) 3,240 millones; el 2013 fue de (US\$) 3,514 millones; 2014 fue de (US\$) 3,621 millones; el 2015 fue de (US\$) 4,139 millones; el 2016 fue de (US\$) 4,432 millones; el 2017 fue de (US\$) 4,790 millones; el 2018 fue de (US\$) 5,086 millones; y el 2019 fue de (US\$) 5,493 millones (ver figura 10)

Figura 10: Ingresos de divisas generadas por la Actividad Turística (US\$) 2010-2019

Elaboración propia

El nivel de satisfacción del turismo NST fue una condición importante que se conoce, durante el 2010 hasta el 2019, los turistas refieren que recibieron atenciones y servicios en el 2010 el nivel de satisfacción fue del 73.50%; durante el 2011 el nivel fue de 74.60%; durante el 2012 el nivel fue de 75.71%; durante el 2013 el nivel fue de 76.81%; durante el 2014 el nivel fue de 77.91%; durante el 2015 el nivel fue de 79.01%; durante el 2016 el nivel fue de 81.15%; durante el 2017 el nivel fue de 80.67%; durante el 2018 el nivel fue de 81.08%; durante el 2019 el nivel fue de 83.42% (ver figura 11)

Figura 11: El nivel de satisfacción del turismo NST 2010-2019



Elaboración propia

5.2. Resultados inferenciales

5.2.1. Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 y la efectividad del sector

Teniendo la hipótesis de investigación:

H₀: El Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 no se relaciona significativamente con la efectividad del sector

H₁: El Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 se relaciona significativamente con la efectividad del sector

Nivel de significancia: de 5% = 0,05

Prueba estadística: Coeficiente de correlación r Pearson que es una prueba de hipótesis y una medida de correlación a través de su índice (ver tabla 4)

Tabla 4: Correlación entre Plan CALTUR y efectividad del sector

	Plan CALTUR	Efectividad del sector
Plan CALTUR	Correlación de Pearson	,839**
	Sig. (bilateral)	,002
	N	10
Efectividad del sector	Correlación de Pearson	,839**
	Sig. (bilateral)	,002
	N	10

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación cuya lectura nos permite inferir el p-valor = 0,002 y el r de correlación de Pearson = 0,839

Tomando la decisión: $p < 0,05$ entonces rechazamos la hipótesis nula

Nos quedamos con la hipótesis del investigador

Es decir, a nivel general, se establece que el Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 se relaciona significativamente con la efectividad del sector, medida a través del coeficiente de correlación r de Pearson que es igual a un valor de 0,839 que podemos ubicar en la escala de interpretación señalando que existe ***muy buena correlación***, con un nivel de significancia de 0.002

5.2.2. Centro de Formación en Turismo y Empleo turístico

Teniendo la hipótesis de investigación:

H_0 : La relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico no es significativa

H_1 : La relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico es significativa

Nivel de significancia: de 5% = 0,05

Prueba estadística: Coeficiente de correlación r Pearson que es una prueba de hipótesis y una medida de correlación a través de su índice (ver tabla 5)

Tabla 5: Correlación entre el Centro de Formación en Turismo y Empleo turístico

		Centro de Formación en Turismo	Empleo Turístico
Centro de Formación en Turismo	Correlación de Pearson	1	,325
	Sig. (bilateral)		,360
	N	10	10
Empleo Turístico	Correlación de Pearson	,325	1
	Sig. (bilateral)	,360	
	N	10	10

Elaboración propia

Interpretación cuya lectura nos permite inferir el p-valor = 0,360 y el r de correlación de Pearson = 0,325

Tomando la decisión: $p > 0,05$ entonces aceptamos la hipótesis nula y

rechazamos la hipótesis del investigador

Entonces, queda establecida que la relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico no es significativa, medida a través del coeficiente de correlación r de Pearson que es igual a un valor de 0,325 que podemos ubicar en la escala de interpretación señalando que existe una **correlación positiva baja**, con un nivel de significancia de 0.360

5.2.3. Asistencia técnica para la competitividad artesanal y Afluencia de turistas

Teniendo la hipótesis de investigación:

H_0 : La relación que existe entre el entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas no es significativa

H_1 : La relación que existe entre el entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas es significativa

Nivel de significancia: de 5% = 0,05

Prueba estadística: Coeficiente de correlación r Pearson que es una prueba de hipótesis y una medida de correlación a través de su índice (ver tabla 6)

Tabla 6: Correlación entre Asistencia técnica para la competitividad artesanal y Afluencia de turistas

	Asistencia técnica para la competitividad artesanal	Afluencia de turistas
Asistencia técnica para la competitividad artesanal	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,795**
	N	10
Afluencia de turistas	Correlación de Pearson	,795**
	Sig. (bilateral)	,006
	N	10

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación cuya lectura nos permite inferir el p-valor = 0,006 y el r de correlación de Pearson = 0,795

Tomando la decisión: $p < 0,05$ entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis del investigador

Por tanto, se establece que la relación que existe entre la relación que existe entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas es significativa, medida a través del coeficiente de correlación r de Pearson que es igual a un valor de 0,795 que podemos ubicar en la escala de interpretación señalando que existe una **correlación positiva alta**, con un nivel de significancia de 0.006

5.2.4. Promoción Turística y Participación del Ingreso de Divisas por Turismo receptivo, respecto al PBI Nacional

Teniendo la hipótesis de investigación:

H₀: La relación que existe entre promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional no es significativa

H₁: La relación que existe entre promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional es significativa

Nivel de significancia: de 5% = 0,05

Prueba estadística: Coeficiente de correlación r Pearson que es una prueba de hipótesis y una medida de correlación a través de su índice (ver tabla 7)

Tabla 7: Correlación entre Promoción Turística y Participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI Nacional.

		Promoción Turística	Participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI Nacional.
Promoción Turística	Correlación de Pearson	1	,075
	Sig. (bilateral)		,837
	N	10	10
Participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI Nacional.	Correlación de Pearson	,075	1
	Sig. (bilateral)	,837	
	N	10	10

Elaboración propia

Interpretación cuya lectura nos permite inferir el p-valor = 0,837 y el r de correlación de Pearson = 0,075

Tomando la decisión: $p < 0,05$ entonces aceptamos la hipótesis nula y rechazamos la hipótesis del investigador

Así tenemos, se establece que la relación que existe entre promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional no es significativa, medida a través del coeficiente de correlación r de Pearson que es igual a un valor de 0,075 que podemos ubicar en la escala de interpretación señalando que existe una **correlación positiva muy baja**, con un nivel de significancia de 0.837

5.2.5. Programas de acondicionamiento turístico COPESCO e Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística

Teniendo la hipótesis de investigación:

H_0 : La relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística no es significativa

H_1 : La relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística es significativa

Nivel de significancia: de 5% = 0,05

Prueba estadística: Coeficiente de correlación r Pearson que es una prueba de hipótesis y una medida de correlación a través de su índice (ver tabla 8)

Tabla 8: Correlación entre Programas de acondicionamiento turístico COPESCO e Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística

		Programas de acondicionamiento turístico COPESCO	Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística
Programas de acondicionamiento turístico COPESCO	Correlación de Pearson	1	,711*
	Sig. (bilateral)		,021
	N	10	10
Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística	Correlación de Pearson	,711*	1
	Sig. (bilateral)	,021	
	N	10	10

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación cuya lectura nos permite inferir el p-valor = 0,021 y el r de correlación de Pearson = 0,711

Tomando la decisión: $p < 0,05$ entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis del investigador

Así tenemos, se establece que la relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística es significativa, medida a través del coeficiente de correlación r de Pearson que es igual a un valor de 0,711 que podemos ubicar en la escala de interpretación señalando que existe una **correlación positiva alta**, con un nivel de significancia de 0.021

5.2.6. Ejecución del presupuesto y satisfacción del turismo

Teniendo la hipótesis de investigación:

H_0 : La relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción del turista no es significativa

H_1 : La relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción del turista es significativa

Nivel de significancia: de 5% = 0,05

Prueba estadística: Coeficiente de correlación r Pearson que es una prueba de hipótesis y una medida de correlación a través de su índice (ver tabla 9)

Tabla 9: Correlación entre ejecución del presupuesto y satisfacción del turismo

		Ejecución Presupuesto	Satisfacción del turismo
Ejecución Presupuesto	Correlación de Pearson	1	,984**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	10	10
Satisfacción del turismo	Correlación de Pearson	,984**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	10	10

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación cuya lectura nos permite inferir el p-valor = 0,000 y el r de correlación de Pearson = 0,984

Tomando la decisión: $p < 0,05$ entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis del investigador

Así tenemos, se establece que la relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CULTUR y el nivel de satisfacción del turista es significativa, medida a través del coeficiente de correlación r de Pearson que es igual a un valor de 0,984 que podemos ubicar en la escala de interpretación señalando que existe una **correlación positiva muy alta**, con un nivel de significancia de 0.000

6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados

6.1.1. El Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 se relaciona significativamente con la efectividad del sector

Con un nivel de confianza superior al 95% y una significancia inferior al 5%, se ha rechazado la hipótesis nula, considerando la evidencia empírica para demostrar la hipótesis general de la investigación, indicando que el Plan de Calidad del Turismo CALTUR 2010-2019 se relaciona significativamente con la efectividad del sector, hay una ***muy buena correlación***, de dicha asociación se infiere que los objetivos, acciones y tareas programadas a través del Plan CALTUR durante toda su vigencia ha dado resultados importantes para la efectividad del sector turismo, alcanzando un nivel de efectividad del 83.9%.

6.1.2. Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico

Con un nivel de confianza superior al 95% y una significancia inferior al 5%, se ha aceptado la hipótesis nula, evidenciando empíricamente que la relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico no es significativa, hay una ***correlación positiva baja***, cuya asociación, permite inferir que las capacidades incorporadas en los centros de formación turística no es un generador de empleo del sector, es posible que hayan otros factores, sin embargo, es innegable que las inversiones orientadas a centros de formación turística tienen una connotación notable porque se ha incrementado en forma paulatina de S/. 9,9 millones en el 2010 a S/. 22,9 millones; mientras que el empleo por actividades turísticas registró una ligera alza de 3,1 millones de empleos en el 2010 a 3,2 millones de empleos en el 2019.

6.1.3. Asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas

A un nivel de confianza del 95% y una significancia del 5%, aceptando la hipótesis de investigación que evidencia empíricamente la relación que existe entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la

afluencia de turistas es significativa, hay una **correlación positiva alta**, ésta asociación nos lleva a inferir que la asistencia técnica del turismo fue orientado a las regiones del Perú para desarrollar el sector; justamente la Organización Mundial del turismo (OMT) instituyó desde el 2010, para que los países latinoamericanos puedan adoptar políticas de calidad que impacten en mejoras del turismo, entre ellas la asistencia técnica a entidades e individuos dedicados a las actividades productivas del turismo (MINCETUR, 2017), la tendencia de la asignación de recursos para asistencia técnica tuvo un comportamiento destacado, en el 2010 el presupuesto asignado a esta actividad fue de S/. 4,1 millones, con un incremento importante en el 2014 ascendiendo a S/. 37,3 millones y para el 2019 llegó a S/. 32,6 millones; mientras tanto, la afluencia de turistas tuvo una tendencia pareja en ascenso, el 2010 llegaron 1,9 millones de visitantes turistas y para el 2019 ya se tenía 4,2 millones de turistas, siendo un interesante resultado considerando que quienes brindan los servicios turísticos son empresas, negocios y personas que trabajan en este rubro, de tal manera que la asistencia técnica coadyuvó a la afluencia de turistas con una efectividad del 79.5%.

6.1.4. Promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional

Al nivel de confianza del 95%, con una significancia del 5%, se ha aceptado la hipótesis nula, cuya evidencia empírica nos muestra que la relación que existe entre promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional no es significativa, hay una **correlación positiva muy baja**, la asociación nos permite deducir que la promoción de los lugares, sitios, recorridos, fechas festivas, fam trips o fam tours, están orientados básicamente a la difusión informativa de las actividades turísticas, se realiza en forma distintos formatos tanto impreso, digitales o sonoros, por lo que la participación del ingreso provenientes de dichas actividades no provienen de la promoción turística, aun cuando se ha destinado un contingente presupuestal importante, durante el 2010, los montos dispuestos para promoción turística alcanzó la cifra de S/. 35,9 millones y para el 2019 esas

cifras llegaron a S/. 49, 5 millones; de otro lado, los ingresos por divisas del sector en relación al PBI estuvieron entre los rangos de 3,70% en el 2010 a 3,83% en el 2019; empero, la relación entre ambos indicadores sólo llega al 7,5% de acercamiento.

6.1.5. Programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística

Considerando un nivel de confianza del 95% y una significancia del 5%, se ha aceptado la hipótesis alterna, donde la evidencia empírica señala que la relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística es significativa, determinando una **correlación positiva alta**, esta asociación conlleva a comprobar que los programas de acondicionamiento turístico que provienen del Plan COPESCO desde 1969, está cumpliendo su cometido, se ha dedicado al estudio general del turismo respecto a los lugares arqueológicos que cuenta el así, enfatizando la parte sur y potenciando los lugares turísticos; la adecuación y mejoramiento del transporte vial con acceso a zonas turísticas; la cartografía urbanística del turismo; la restauración de sitios turísticos y la valoración de nuevos lugares así como nuevas actividades para el turismo como la gastronomía; y también, mejora de la infraestructura receptiva del sector hotelero, para el efecto el presupuesto asignado al Plan COPESCO en el 2010 ascendió a S/. 31,1 millones, para el 2019 se destinó S/. 69,9 millones, es decir un incremento del 44,4%, hecho que permitió ser parte en la generación de ingresos de divisas por la actividad turística, el comportamiento de los ingresos fue importante, de US\$ 2242 millones de dólares en el 2010, llegando a US\$ 5493 millones de dólares para el 2019, el incremento de 40,8% fue proporcional a las inversiones, pero sustancial para el sector turismo; consecuentemente, la efectividad de los Programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística fue del 71.1%

6.1.6. Ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción del turista

Teniendo un nivel de confianza del 95% con una significancia del 5%, se ha rechazado la hipótesis nula, donde la evidencia empírica expresa la convicción que la hipótesis de investigación sobre la relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción del turista, es significativa; tiene una **correlación positiva muy alta**, dicha asociación hace colegir que la ejecución de los presupuestos que se encuentran sujeto a criterios que imponen los gobiernos de turno, fueron adecuados, durante el 2010 se ejecutó 79,80%; mientras que el 2019 alcanzó un 89,20%; si bien es cierto, hay un incremento en la ejecución presupuestal, pero la relevancia está en función del volumen de asignación presupuestal y los proyectos trascendentes para el sector turismo; sin embargo, la satisfacción del sector turismo se vio favorecida con las inversiones ejecutadas, las políticas turísticas y los procesos que las actividades del turismo lo requiere, en proyección al nivel de satisfacción, durante el 2010 se estima que estuvo alrededor del 73,50%, y para el 2019 en términos reales, la satisfacción del servicio turístico percibida, llegó al nivel de 83,42%; en ese sentido, la ejecución presupuestal del Plan CALTUR tuvo una efectividad del 98,4% en relación al nivel de satisfacción percibido por el turista.

6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares

El turismo en general, ha enfrentado una serie de contrariedades que estuvieron supeditados a las regulaciones estatales a nivel mundial, constituye una actividad relevante para las economías de todos los países, mueve mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, genera ingresos importantes, congrega multitudes con fines recreativos, visitas por turismo, en ese sentido, **Alcantara** (2017) llega a la conclusión, determinando que se ve al turismo como un factor que dinamiza las regiones Brasileñas (Alcántara de Jesús Santos, 2017), en el mismo sentido, la evidencia nos muestra que las actividades del Plan de Calidad del Turismo que ha emprendido el Perú desde el 2005, resulta efectiva en manera sustantiva, promovió los sitios turísticos de las diferentes regiones del país como Cusco, Lambayeque, Tacna, La Libertad,

Arequipa, San Martín, Cajamarca, Ica, Puno, Amazonas, Piura, Tumbes y Lima, quienes destacan por presentar sitios turísticos atractivos.

Se puede señalar con claridad que, las actividades del sector turismo requiere indefectiblemente la presencia de los gestores de la administración pública, sea el gobierno local, gobierno regional y gobierno central; asimismo, demanda de fondos públicos y privados para desarrollar los proyectos vinculados al turismo receptivo, **Antilef** (2014) marca diferencia cuando observa la experiencia chilena que a partir de la gestión municipal define su intervención a través de un sistema de gestión municipal y la implementación de una cultura organizacional, precisando que lo relevante es la entrega de servicios acreditados hacia la comunidad (Antilef Bustos, 2014); en el Perú, la gestión municipal es notable para el turismo, es el primer contacto de autoridad con el sector, sea para el emprendimiento o para los turistas y visitantes de las diferentes localidades, por lo que existe una condición análoga para desarrollar al turismo en general.

En referencia a la estructura del sistema económico de un país, creemos que se entiende que el sector turismo, es parte del desarrollo socio-económico, tal como lo reseña **Lamboggia** (2014) en la experiencia ecuatoriana, probó la importancia del turismo para el crecimiento de la economía de las regiones y de Latinoamérica, considerando para ello, que es necesario tener un manejo equilibrado sobre las condiciones que presenta la competitividad para el turismo (Lamboggia Ortiz, 2014); dicho en el mismo sentido, se ha evidenciado que diseñando y ejecutando planes a largo plazo como el Plan CALTUR, el turismo se hace efectivo.

En Costa Rica **Schenkel** (2019) concluye que, partiendo desde las políticas públicas turísticas se emprende el desarrollo económico, sin perder de vista el aspecto social, considera que el turismo es un campo multidisciplinario, debe convocar a diferentes sectores de desarrollo de la sociedad (Schenkel, 2019); en el medio peruano, se entiende que insertar programas de asistencia

técnica para la competitividad, con políticas de inclusión social, orientan a un desarrollo sostenido como sector relevante para la economía nacional, la efectividad evidenciada del 83,9% así lo manifiesta.

Es indudable que hablar del turismo, nos permite un acercamiento a la población infantil, quienes recogen el bagaje e itinerario turístico peruano, serán los referentes del mañana, así lo expuso **Chávez** (2019) determinando que la cultura turística medioambiental se hace necesario para promover la identidad cultural y la historia turística que tiene el Perú (Chávez Vargas, 2019); creemos que los organismos que intervienen en el sector turismo, el MINCETUR a través de sus planes y programas, PROMPERU, Gobiernos Regionales, Gobiernos Municipales, vienen cumpliendo un rol inestimable para el desarrollo del turismo, la capacitación para el emprendedurismo regional, la competitividad artesanal, promoción de sitios turísticos, interviniendo con la inversión estatal y en muchos casos inversión privada y extranjera son artífices de la efectividad del sector turismo, se cuenta con la generación del empleo en forma importante, el volumen de visitas por turismo se ha incrementado sustantivamente, los ingresos por turismo y no menos relevante, lograr que los turistas sientan satisfacción por los servicios recibidos, es innegable el gran momento que pasa el turismo.

Se concuerda con **Díaz y Lama** (2015) al manifestar que, la satisfacción de los turistas es necesario e importante conocer su percepción, vale decir que, al medir la satisfacción de turistas extranjeros, observando las expectativas del turista, atenciones del turismo, tener la seguridad para transitar y la confiabilidad de servicios, el cuidado de la naturaleza o inclusive la oferta turística, en el caso particular de la región Amazonas del Barrio Florido, dicha satisfacción estuvo por el orden del 40% (Díaz Pérez & Lama Núñez, 2015); mientras que, la medición de la satisfacción general del turista en 13 regiones para el 2019, arrojó un 79,1% en promedio.

La efectividad, según **Corilla** (2016) contiene un conjunto de factores que permiten medir su nivel, para el caso de la efectividad administrativa de la

Municipalidad Distrital de Ulcumayo en la Región Junín, comprobó que, planeando las actividades, asegurando que los objetivos se cumplan, manejando los recursos aun cuando sean limitados y en particular, los presupuestos, son estrategias que aseguran la efectividad de la gestión (Corilla Huamán, 2016); para la evidencia de la presente investigación, la efectividad es un camino de largo plazo, dando continuidad al Plan CALTUR, implementando los centro de formación en turismo, asegurando la competitividad artesanal con asistencia técnica, promoviendo el turismo a través de la difusión de sitios turísticos, lugares arqueológicos, sosteniendo la programación de acondicionamiento turístico COPESCO para el mejoramiento de la infraestructura turística, y ejecutando los presupuestos con racionalidad, creemos que es evidencia suficiente para señalar que al Plan CALTUR ha logrado efectividad del sector.

6.3. Responsabilidad ética de acuerdo a los reglamentos vigentes

Al diseñar y elaborar la presente investigación, se ha considerado datos perfilados a mérito de la investigación de campo, se ha recogido datos e información de las entidades vinculadas al sector turismo, Mincetur, PromPerú, MEF, BCRP, Gobiernos Regionales, Municipios, textos y libros, así como publicaciones de artículos científicos y tesis de grado, hallando material para realizar los cálculos sobre el Plan CALTUR y la efectividad del sector turismo, para el efecto, se analizó la bibliografía de fuentes secundarias de autores nacionales e internacionales o instituciones, usando las guías metodológicas sobre investigación científica, considerando las normas APA, el sistema Ms. Word 2019, el programa Mendeley en la estructuración del estado del arte; mientras tanto, para realizar los cálculos numéricos se usó el sistema Ms. Excel y SPSS v25. y el sistema para medir el índice de similitud; en tal sentido, el sostenimiento técnico de la aplicación de los métodos científicos y los temas contenidos, nos permite adquirir responsabilidad ética porque la información implícita en la presente investigación, es auténtica sobre los datos, sobre los cálculos y sobre las proyecciones extendidas.

CONCLUSIONES

En concordancia a los resultados alcanzados en la investigación, de acuerdo al objetivo general, se determina que la relación que existe entre el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú CALTUR 2010-2019 con la efectividad del sector es significativa, tiene ***muy buena correlación***, dado que el p-valor = 0,002 y el *r* de correlación de Pearson = 0,839 (83,9%).

Se analizó como primer objetivo específico, si la relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico es significativa, estableciéndose que dicha relación no es significativa, existe una ***correlación positiva baja***, ya que el p-valor = 0,360 y el *r* de correlación de Pearson = 0,325 (32,5%).

Se ha delineado como segundo objetivo específico, para indagar si la relación que existe entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas es significativa, se establece que existe una ***correlación positiva alta***, es significativa, dado que el p-valor = 0,006 y el *r* de correlación de Pearson = 0,795 (79,5%).

Como tercer objetivo específico se perfiló la segunda hipótesis específica, la misma que se establece que la relación que existe entre la promoción turística del Plan CALTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional no es significativa, existe una ***correlación positiva muy baja***, porque el p-valor = 0,837 y el *r* de correlación de Pearson = 0,075 (7,5%)

En razón al cuarto objetivo específico, se examinó la relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CALTUR y los ingresos generados por la actividad turística es significativa, se ha establecido que tiene una ***correlación positiva alta***, donde el p-valor = 0,021 y el *r* de correlación de Pearson = 0,711 (71,1%)

De acuerdo al quinto objetivo específico, se establece que la relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CALTUR y el nivel de satisfacción

del turista es significativa, existe una **correlación positiva muy alta**, dado que el p-valor = 0,000 y el r de correlación de Pearson = 0,984 (98,4%)

RECOMENDACIONES

Las actividades que se dedican al turismo, merecen mantener la atención que se viene desarrollando a través del Mincetur y el Plan de Calidad del Turismo CALUR, con apoyo de fondos estatales y la participación de inversiones privadas; sin embargo, nos permitimos sugerir que aún falta desplegar la participación de la sociedad civil en los programas turísticos para acoger a un mayor número de visitantes por motivos turísticos.

Se debe reformular el objetivo y lineamientos de los centros de formación turísticas para que tenga una incidencia directa en los diferentes puestos de trabajo que generan empleo en el turismo.

Se debe continuar con las políticas de asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR para continuar con el incremento de la afluencia de turistas.

Se debe potenciar la promoción turística del Plan CALTUR para que tenga el impacto esperado en la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional.

Siendo el turismo la tercera actividad económica como fuente de empleo del Perú, es pertinente que se amplíe el apoyo a emprendedores nuevos que quisieran incursionar en este sector, porque permitiría el sostenimiento y crecimiento de agentes intervinientes de la cadena de valor del turismo.

El turismo es parte del desarrollo socio económico de la sociedad, por eso el estado debe continuar con el programa de acondicionamiento turístico COPESCO porque es una alternativa a futuro, que incorpora nuevas capacidades turísticas y permite promover paquetes turísticos a nivel global.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alcántara de Jesús Santos, C. (2017). *El turismo como factor de desarrollo: el caso de Sergipe-Brasil* (Universidad de Barcelona). Retrieved from https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAdJS_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Antilef Bustos, R. del C. (2014). *Análisis de la efectividad en la aplicación del programa de acreditación de los servicios municipales* (UNIVERSIDAD DE CHILE). Retrieved from http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115568/cf-antilef_rb.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Banco Mundial, B. A. (2019). Perú Panorama general. Retrieved February 10, 2020, from Informe BM website: <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Bullard, A. (2017). 12 Patrimonios Mundiales de la UNESCO en el Perú. Retrieved June 18, 2021, from Arturo Bullard Travel Photography website: <https://arturobullard.com/conoces-cuales-los-12-patrimonios-mundiales-la-unesco-peru/>
- Caribbean News, D. (2019). Los 10 países más visitados en el 2019. Retrieved June 18, 2021, from Redacción Caribbean News Digital website: <https://www.caribbeannewsdigital.com/es/turismo/los-10-paises-mas-visitados-en-el-2019>
- CEPLAN, C. N. de P. E. (2011). *Plan Bicentenario: el Perú al 2021*. Retrieved from https://www.mef.gob.pe/contenidos/acerc_mins/doc_gestion/PlanBicentenarioversionfinal.pdf
- Chávez, R. (2019). ¿Qué es el Plan Copesco? Retrieved June 27, 2021, from Stakeholders sostenibilidad website: <https://stakeholders.com.pe/noticias-sh/que-es-el-plan-copesco/>
- Chávez Vargas, S. K. (2019). *Programa para incrementar la cultura turística medioambiental en niños de 10 a 11 años del sector Los Tumbos de Huanchaco* (Universidad Nacional de Trujillo). Retrieved from <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/14675/STEFANY>

- CHAVEZ VARGAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (3 ra. edic; Mc Graw Hill, Ed.). Retrieved from https://www.academia.edu/35952063/CHIAVENATO_Idalberto._Gestión_d_el_talento_humano._3ra_Edición._McGraw_Hill?auto=download
- Chiavento, I. (2004). Introducción a la teoría general de la administración. In McGraw-Hill (Ed.), *Interamericana* (7 ma.). Retrieved from <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Corilla Huamán, C. P. (2016). *Estrategias para la efectividad administrativa del área de presupuesto en la Municipalidad Distrital de Ulcumayo - Junín*. Universidad Nacional del Centro del Perú UNCP.
- Country Brand Report, C. (2018). *Ranking América Latina*. United States of América.
- Dalle, Pablo. Biniolo, Paula. Sautu, Ruth. Elbert, R. (2005). Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. *Biblioteca Clacso*, 1–173. Retrieved from <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/formacion-virtual/20100719035021/sautu.p>
- Díaz Careaga, G. (2003). Teoría general de la calidad y de sistemas como elementos fundamentales para la introducción del enfoque basado en procesos a la gestión de calidad ISO 9001:2000 en las organizaciones (Instituto Tecnológico de la Construcción). Retrieved from https://infonavit.janium.net/janium/TESIS/Maestria/Diaz_Careaga_Gerardo_45127.pdf
- Díaz Pérez, L. A., & Lama Núñez, G. L. (2015). *Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de Barrio Florido y Alrededores, periodo 2014* (Universidad Nacional de la Amazonía). Retrieved from https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/3474/Luisa_Tesis_Titulo_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- FAO, O. de las N. U. para la A. y la A. (2015). *Plantilla de buenas prácticas*. Retrieved from <http://www.fao.org/3/a-as547s.pdf>
- Gonzales, H. (2015). ISO 9001–2015 Hcia la madurez del SGC. Retrieved June

- 26, 2021, from Calidad & Gestion – Consultoría para Empresas website: <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/iso-9001/>
- Hernández Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ta.; Mc Graw Hill, Ed.). Retrieved from www.elosopanda.com%7Cjamespoetrodriguez.com
- INEI, I. N. de E. e I. (2009). *Glosario de Términos*. Retrieved from <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0949/glosario.pdf>
- ISOtools, E. (2016). Historia y evolución del concepto de Gestión de Calidad. Retrieved February 10, 2020, from Blog Calidad y Excelencia website: <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>
- Izaguirre Remón, R. C. (2014). Enfoque filosófico dialéctico-materialista de la investigación científica. Retrieved February 4, 2020, from Scielo.org website: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202014000100009
- Lamboglia Ortiz, J. C. (2014). *Análisis del Turismo y su importancia en el crecimiento económico en américa LATina: el caso del Ecuador* (Flacso ANDES). Retrieved from <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>
- Manene Cerrageria, L. M. (2013). Eficacia Eficiencia y Efectividad. Retrieved February 11, 2020, from Actualidad Empresa website: <http://actualidadempresa.com/eficacia-eficiencia-y-efectividad-en-el-desempeno-del-trabajo/>
- Maya, E. (2014). Métodos y Técnicas de investigación. In D. Coyoacán (Ed.), *Fac. Arq. Univ. Autónoma de México* (Primera). <https://doi.org/10.36576/summa.28138>
- MEF, M. de E. y F. (2011). *Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos turismo*. Retrieved from https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

- MEF, M. de E. y F. (2015). Presupuesto Público. Retrieved February 17, 2020, from MEF website: <https://www.mef.gob.pe/es/presupuesto-publico-sp-18162>
- MINCETUR. (2008). CALTUR Plan Nacional de Calidad Turística del Perú. Retrieved June 27, 2021, from Revista Caltur website: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/Revista_CALTUR_170108_VERSIONFINAL.pdf
- MINCETUR. (2011). *La Certificación de Calidad en el Perú avances y oportunidades*. Retrieved from [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/comisiones/2011/com2011comexttur.nsf//pubsfoto/AE2E4F5A82627E6305257982006BD11C/\\$FILE/EXPOSICION_CALTUR_PLAN_CALIDADTURISTICA_PERU.PDF](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/comisiones/2011/com2011comexttur.nsf//pubsfoto/AE2E4F5A82627E6305257982006BD11C/$FILE/EXPOSICION_CALTUR_PLAN_CALIDADTURISTICA_PERU.PDF)
- MINCETUR. (2017). Plan Nacional de Calidad Turística del Perú CALTUR 2017-2025. Retrieved June 29, 2021, from Mincetur - Perú website: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/CALTUR_2017_2025.pdf
- MINCETUR, M. (2015). Plan Nacional de Calidad Turística. Retrieved February 17, 2020, from Mincetur website: <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/plan-nacional-de-calidad-turistica/>
- MINCETUR, M. de C. E. y T. (2018). Buenas Prácticas Ambientales. Retrieved February 10, 2020, from Sistema de aplicación de buenas prácticas ambientales del sector Turismo website: <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/asuntos-ambientales-turisticos/buenas-practicas-ambientales/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, M. (2017). *Plan Nacional de Calidad Turística del Perú CALTUR 2017-2025*. Retrieved from https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/CALTUR_2017_2025.pdf

- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135–158. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Ossorio, A. (2003). *Planeamiento Estratégico*. Retrieved from http://209.177.156.169/libreria_cm/archivos/pdf_318.pdf
- Porter, M. E. (1991). *Ventaja Competitiva* (Primera; R. Argentina, Ed.). Retrieved from [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.Porter,M.\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.Porter,M.(1991).pdf)
- Rache de Camargo, Blanca Luz. Blanco Neira, G. N. (2010). *Fundamentos de Economía* (V Edic.; P. Grancolombiano, Ed.). Retrieved from http://repository.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/783/Fundamentos_economia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Real Academia Española, R. (2014). Diccionario de la lengua española RAE - ASALE. Retrieved February 3, 2020, from https://dle.rae.es/turismo?m=30_2
- Robbins, C. (2010). Administración. In Pearson. Prentice Hall (Ed.), *mymanagementlab* (10 ma.). Retrieved from https://www.academia.edu/20236958/Administracion_10_Robbins_Coulter
- RPP, N. (2018). ¿Cuánto sabes de historia del Perú? Retrieved June 18, 2021, from Podcast RPP website: <https://rpp.pe/peru/historia/test-sabes-de-historia-del-peru-demuestralo-sacandote-20-en-este-examen-noticia-1064536>
- Ruiz López, Domingo. Cadéas Ayala, C. E. (2016). ¿Qué es una Política Pública? Retrieved February 17, 2020, from <http://www.unla.mx/iusunla18/reflexion/QUE ES UNA POLITICA PUBLICA web.htm>
- Schenkel, E. (2019). Turismo y política turística. Un análisis teórico desde la ciencia política. *Rev. Reflexiones*, 98(2), 129–140. Retrieved from <https://www.scielo.sa.cr/pdf/reflexiones/v98n2/1659-2859-reflexiones-98-02-129.pdf>
- Secretaría de Gestión Pública, P. (2013). *Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021*. Retrieved from <https://sgp.pcm.gob.pe/wp->

content/uploads/2017/04/PNMGP.pdf

Tasso, R., Promperú, /, Titicaca, L., Rojas, Y., & Crédito, /. (2016). *Cuando planificamos con estrategia, miramos con esperanza el futuro*. Retrieved from https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Torcuato Castillo, V. M. (2019). Mejora de la Calidad. Retrieved June 25, 2021, from Herramientas de análisis para la mejora de la calidad website: <https://mejoradelacalidad-victortorcuato.weebly.com/122-kaoruishikawa.html>

Ventura-Dias, V. (2011). *El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México* (No. 138). Retrieved from http://latn.org.ar/wp-content/uploads/2014/09/WP_138_FLA_SCCI_Ventura.pdf

ANEXOS:

- Matriz de consistencia.
- Instrumentos de recolección de datos y análisis de datos
- Validación del instrumento por expertos.

Anexo 1: Matriz de Consistencia

TITULO: EFECTIVIDAD DEL PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA DEL PERÚ - CALTUR - 2010-2019

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación del Plan Nacional de Calidad Turística del Perú CALTUR 2010-2019 y la efectividad del sector?	Determinar la relación del Plan Nacional de Calidad Turística del Perú CALTUR 2010-2019 y la efectividad del sector	El Plan Nacional de Calidad Turística del Perú CALTUR 2010-2019 se relaciona significativamente con la efectividad del sector	Variable 1			TIPO
			V1: PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA DEL PERÚ	V11 - Centros de Formación Turística	V111 - Centro de formación en turismo	Básica, observacional, retrospectiva, longitudinal y analítica
				V12 - Asistencia Técnica para la Competitividad Turística	V121 - Competitividad artesanal (asistencia técnica)	DISEÑO
				V13 - Promoción Turística	V131 - PROMOCION DE SITIOS TURISTICOS	No Experimental de corte longitudinal, correlacional, con un enfoque cuantitativo
				V14 - Programación de acondicionamiento Turístico COPESCO	V141 - PLAN COPESCO	METODO
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis Específicas	Variable 2	V15 - Ejecución presupuestal (%)	V151 – Avance %	Método de observación, y Método deductivo.
¿Qué relación existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico?	Establecer la relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico	La relación que existe entre los Centros de Formación Turística del Plan CALTUR y el empleo turístico es significativa	V2: EFECTIVIDAD DEL SECTOR	V21 - Empleo Turístico	V211 - # de Empleos	TÉCNICA
				V22 - Afluencia de Turistas	V221 – Turistas	Análisis documental
¿Qué relación existe entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas?	Establecer la relación que existe entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas	La relación que existe entre el entre la asistencia técnica para la competitividad turística del Plan CALTUR y la afluencia de turistas es significativa		V23 - Participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI Nacional.	V231 - % del PBI	INSTRUMENTO
			Variable interviniente	V24 - Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística	V241 – S/. (miles)	Ficha de análisis
				V25 - Nivel de satisfacción del turismo	V251 - NST	

¿Qué relación existe entre la promoción turística del Plan CULTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional?	Establecer la relación que existe entre promoción turística del Plan CULTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional	La relación que existe entre promoción turística del Plan CULTUR y la participación del ingreso de divisas por turismo receptivo respecto al PBI nacional es significativa	Z: TURISMO NACIONAL, PERU 2010-2019
¿Qué relación existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CULTUR y los ingresos generados por la actividad turística?	Establecer la relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CULTUR y los ingresos generados por la actividad turística	La relación que existe entre los programas de acondicionamiento turístico COPESCO del Plan CULTUR y los ingresos generados por la actividad turística es significativa	
¿Qué relación existe entre la ejecución presupuestal del Plan CULTUR y el nivel de satisfacción del turista?	Establecer la relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CULTUR y el nivel de satisfacción del turista	La relación que existe entre la ejecución presupuestal del Plan CULTUR y el nivel de satisfacción del turista es significativa	

--	--

Autor: RAUL SUAREZ BAZALAR

Anexo 2: Instrumento de recolección y análisis de datos

INDICADORES VARIABLE INDEPENDIENTE	INVERSION S/.									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
V11 - Centros de Formación Turística										
V12 - Asistencia Técnica para la Competitividad Turística										
V13 - Promoción Turística										
V14 - Programación de acondicionamiento Turístico COPESCO										
V15 - Ejecución presupuestal (%)										

INDICADORES VARIABLE DEPENDIENTE	CANTIDAD									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
V21 - Empleo Turístico										
V22 - Afluencia de Turistas										
V23 - Participación del Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo, respecto al PBI Nacional.										
V24 - Ingreso de divisas generadas por la Actividad Turística										
V25 - Nivel de satisfacción del turismo NST										

Autor: RAUL SUAREZ BAZALAR

