

RESUMEN:

La tesis denominada: “SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ; PROPUESTA ACTUAL”; cuyo problema se ha identificado en los servicios turísticos de la Región Cusco; si bien cubren la demanda; sin embargo no vienen innovando en la medida necesaria; tampoco tienen la eficiencia, efectividad y competitividad que se exige para los mismos; todo lo cual se configura como falta de mejora en dichos servicios turísticos. Esta problemática se expresa en la siguiente pregunta: ¿De qué manera el sistema de gestión de calidad podrá facilitar la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú? Ante la problemática, se propone la solución a través de la formulación de la hipótesis: El sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú. Este trabajo se ha orientado al siguiente objetivo: Establecer la manera como el sistema de gestión de calidad podrá facilitar la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú. La investigación es básica o pura; del nivel descriptivo-explicativo; se utilizó los métodos descriptivo e inductivo. El diseño es el no experimental. La población estuvo compuesta por 10,000 personas y la muestra estuvo compuesta por 370 personas entre propietarios, socios, accionistas, funcionarios y trabajadores de las empresas que prestan servicios turísticos; y, los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco. El tipo de muestreo aplicado es el muestreo probabilístico. Las técnicas utilizadas para la recopilación de datos fueron las encuestas. El instrumento utilizado fue el cuestionario. Se aplicaron las siguientes técnicas de análisis de información: análisis documental, indagación, conciliación de datos, tabulación, comprensión de gráficos. Se aplicó las siguientes técnicas de procesamiento de datos: ordenamiento y clasificación, registro manual, proceso computarizado con Excel y proceso computarizado con SPSS. El resultado más importante es que el 96 por ciento de los encuestados acepta que el sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

Palabras clave: Sistema de gestión de calidad; mejora de los servicios turísticos; Región Cusco, Perú.

CARLOS GÓNGORA_____

ABSTRACT:

The thesis entitled: "QUALITY MANAGEMENT SYSTEM FOR IMPROVING THE TOURIST SERVICES REGION CUSCO, PERU; LATEST PROPOSAL "; problem which has been identified in tourist services Cusco Region; while covering demand; however are not innovating as necessary; Nor have the efficiency, effectiveness and competitiveness that is required for them; all of which is configured as a lack of improvement in these tourist services. This problem is expressed in the following question: How does the quality management system can facilitate the improvement of tourist services in the Cusco Region, Peru? The quality management system facilitates the improvement of tourist services in the Cusco Region, Peru: In the problem, the solution through the formulation of the hypothesis is proposed. This work has focused on the following objective: Establish how the quality management system can facilitate the improvement of tourist services in the Cusco Region, Peru. The research is basic or pure; descriptive-explanatory level; the descriptive and inductive methods were used. The design is not experimental. The population consisted of 10,000 people and the sample consisted of 370 people, including owners, partners, shareholders, officers and employees of companies providing tourist services; and domestic and foreign tourists visiting the Cusco Region. The applicable rate of sampling is probability sampling. The techniques used for data collection were surveys. The instrument used was the questionnaire. Documentary analysis, inquiry, conciliation, tabulation, and understanding of graphs: the following data analysis techniques were applied. And rating system, manual record, computerized process with Excel and SPSS computerized process: the following data processing techniques were applied. The most important result is that 96 percent of respondents agree that the quality management system facilitates the improvement of tourist services in the Cusco Region, Peru.

Keywords: quality management system; improvement of tourism services; Cusco Region, Peru.

CARLOS GÓNGORA_____

SOMMARIO:

La tesi dal titolo: "QUALITÀ 'SISTEMA DI GESTIONE PER IL MIGLIORAMENTO DELLA REGIONE SERVIZI TURISTICI Cusco, Perù; Ultima proposta "; problema che è stato identificato in servizi turistici Cusco Regione; mentre copre la domanda; tuttavia, non sono innovare, se necessario; né hanno l'efficienza, l'efficacia e la competitività che è necessario per loro; ognuno dei quali è configurato come una mancanza di miglioramento in questi servizi turistici. Questo problema è espresso nel seguente domanda: Come funziona il sistema di gestione della qualità può facilitare il miglioramento dei servizi turistici nella regione Cusco, Perù? Il sistema di gestione della qualità facilita il miglioramento dei servizi turistici nella regione Cusco, Perù: Nel problema, viene proposta la soluzione attraverso la formulazione di ipotesi. Questo lavoro si è concentrata sul seguente obiettivo: stabilire in che modo il sistema di gestione della qualità può facilitare il miglioramento dei servizi turistici nella regione Cusco, Perù. La ricerca è di base o pura; livello descrittivo-esplicativo; sono stati usati i metodi descrittivi e induttivi. Il design non è sperimentale. La popolazione composta da 10.000 persone e il campione era composto da 370 persone, tra titolari, soci, azionisti, dirigenti e dipendenti di società che forniscono servizi turistici; e turisti nazionali e stranieri che visita la regione di Cusco. L'aliquota applicabile è del campionamento campionamento probabilistico. Le tecniche utilizzate per la raccolta dati sono stati sondaggi. Lo strumento utilizzato è stato il questionario. Analisi documentaria, inchiesta, la conciliazione, la tabulazione, la comprensione dei grafici: sono state applicate le seguenti tecniche di analisi dei dati. E sistema di rating, registrazione manuale, processo computerizzato con processo computerizzato Excel e SPSS: sono stati applicati i seguenti tecniche di elaborazione dei dati. Il risultato più importante è che il 96 per cento degli intervistati concorda sul fatto che il sistema di gestione della qualità facilita il miglioramento dei servizi turistici nella regione Cusco, Perù.

Parole chiave: sistema di gestione della qualità; miglioramento dei servizi turistici; Cusco Region, Perù.

CARLOS GÓNGORA_____

INTRODUCCIÓN:

La investigación titulada: “**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ; PROPUESTA ACTUAL**”, se ha desarrollado en el marco del nuevo Reglamento de grados de la Escuela Universitaria de Postgrado de la Universidad Nacional Federico Villarreal y el proceso científico generalmente aceptado.

El **Capítulo I**, se refiere al **planteamiento del problema** y dentro del mismo se considera los antecedentes, planteamiento del problema, objetivos, justificación, alcances y limitaciones y la definición precisa de las variables.

El **Capítulo II**, contiene el **marco teórico de la investigación**. Específicamente se refiere a las teorías generales y específicas sobre el tema. Dentro de las teorías específicas está el tratamiento de las teorías sobre sistema de gestión de calidad; mejora de los servicios turísticos; y, Región Cusco, Perú. También en este capítulo presenta el marco conceptual de la investigación y la hipótesis.

El **Capítulo III**, está referido al **método** y dentro del mismo se trata el tipo de investigación, diseño de investigación, estrategia de la prueba de hipótesis, variables de la investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos; procesamiento; y, análisis de datos.

El **Capítulo IV**, está referido a la presentación de **resultados** y dentro de ello se presenta la contrastación de hipótesis y el análisis e interpretación de dichos resultados.

El **Capítulo V**, presenta la **discusión** y específicamente se realiza la discusión de los resultados, la presentación de conclusiones, recomendaciones y las referencias bibliográficas.

Finalmente se presenta los anexos correspondientes y dentro del mismo se considera la matriz de consistencia y la encuesta realizada.

CARLOS GÓNGORA_____

**“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS
TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ; PROPUESTA ACTUAL”**

ÍNDICE

Dedicatoria	00
Agradecimiento	00
Resumen	00
Abstract	00
Introducción	00

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes de la investigación	00
1.2 Delimitación de la investigación	00
1.3 Planteamiento del problema	00
1.4 Objetivos de la investigación	00
1.5 Justificación e importancia de la investigación	00
1.6 Alcances y limitaciones de la investigación	00
1.7 Definición de las variables	00

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1. Teorías generales relacionadas con la investigación	00
2.1.1. Teoría general de la economía	00
2.1.2. Teoría general de la administración	00
2.1.3. Teoría general del turismo	00
2.2. Bases teóricas especializadas sobre la investigación	00
2.2.1. Sistema de gestión de calidad	00

2.2.2. Mejora de los servicios turísticos	00
2.2.3. Región Cusco, Perú	00
2.3. Marco conceptual de la investigación	00
2.3.1. Conceptos del sistema de gestión de calidad	00
2.3.2. Conceptos de mejora de los servicios turísticos	00
2.4. Hipótesis de la investigación	00
2.5. Marco filosófico, ético y sociológico de la investigación	00

CAPITULO III:

MÉTODO

3.1. Tipo de la investigación	000
3.2. Nivel de la investigación	000
3.3. Métodos de la investigación	000
3.4. Diseño de investigación	000
3.5. Estrategia de prueba de hipótesis	000
3.6. Operacionalización de las variables de la investigación	000
3.7. Población del la investigación	000
3.8. Muestra de la investigación	000
3.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	000
3.10. Técnicas de procesamiento de datos	000
3.11. Técnicas de análisis de datos	000

CAPÍTULO IV:

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Contrastación de hipótesis	000
4.2. Análisis e interpretación	000

CAPÍTULO V:**DISCUSIÓN**

5.1. Discusión de los resultados obtenidos	000
5.2. Conclusiones	000
5.3. Recomendaciones	000
5.4. Referencias bibliográficas	000

ANEXOS

Anexo No. 1: Matriz de consistencia	00
Anexo No. 2: Instrumento: Encuesta	00
Anexo No. 3: Validación del instrumento por expertos	00
Anexo No. 4: Confiabilidad del instrumento con el alfa de Cronbach	00
Anexo No. 5: Definición de términos	00

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Los antecedentes son los siguientes:

Regalado (2012)¹ persigue tres objetivos: el primero, crear conciencia sobre los riesgos ambientales que amenazan al Santuario Histórico de Machu Picchu (SHM); el segundo, brindar elementos de reflexión que contribuyan a resolver la problemática del SHM; y finalmente, enriquecer el debate presentando una propuesta para la gestión sostenible del SHM. Para ello, en la primera sección se muestran cifras que evidencian la unipolaridad del Perú como destino turístico; luego, en la segunda sección, se expone la compleja problemática identificada en el SHM; y, para terminar, se presenta la propuesta de solución, que pasa por plantear la creación de una estructura de gestión que se encargue de la planificación estratégica del SHM respetando los principios clave del desarrollo sostenible.

A pesar de su vasta geografía y de la enorme variedad de prácticas turísticas que puede acoger en su territorio, el Perú sigue posicionado como un destino turístico unipolar. Los visitantes se concentran en la ciudad del Cusco y en el llamado «circuito sur», cuya principal atracción es el Santuario Histórico de Machu Picchu (SHM). De allí la importancia de la preservación, conservación y planificación del desarrollo de este patrimonio cultural y natural de la humanidad. No obstante, las condiciones actuales en las que se desenvuelve la actividad turística en el SHM no son las mejores; estudios recientes han puesto sobre el tapete los riesgos que corren las ruinas y sus alrededores. Esta situación refleja la importancia del papel de los gobiernos respecto del desarrollo turístico. Por un lado, las políticas adecuadas pueden aportar grandes ventajas y beneficios en los ámbitos económico, educativo y sociocultural; pero, por otro lado, las políticas desacertadas pueden contribuir a la degradación ambiental del sitio turístico y a la pérdida de identidad de la población local, entre otros efectos negativos.

El presente estudio de caso orienta al lector sobre la dimensión del turismo en el Perú y sus principales centros de interés, luego describe la problemática –causas y consecuencias– del

¹ Regalado Pezúa, Otto (2012) Desarrollo sostenible en turismo: Una propuesta para Machu Picchu. Lima. Universidad ESAN. Tomado de www.esan.edu.pe. Pássim.

Santuario Histórico de Machu Picchu como destino turístico natural y cultural y, finalmente, presenta una alternativa de solución basada en los principios clave del desarrollo sostenible.

Salazar (2013)² señala que ha realizado el diseño e implementación de un sistema cuyo objetivo es servir como fuente de información turística interactiva, haciendo uso de la tecnología de Realidad Aumentada para mostrar imágenes en 3D de lugares turísticos del Perú. Para ello se plantea desarrollar un sistema de Realidad Aumentada basada en marcadores, que puedan ser ubicados en folletos, catálogos o libros turísticos, de tal manera que al ser reconocidos por la aplicación muestren una imagen en 3D y se reproduzca un archivo de sonido con la descripción de lo que se está observando. Así mismo para complementar el sistema se incluirá una galería de imágenes sobre el sitio turístico así como una descripción textual. Esta tesis está estructurada de la siguiente manera: En el primer capítulo se centra en mencionar la evolución de los dispositivos móviles, así como la evolución del campo de la Realidad Aumentada. Luego se detalla la situación actual de los participantes en el negocio de los dispositivos móviles, las aplicaciones que existen hoy en día con Realidad Aumentada y el potencial mercado al cual apuntan, de igual manera se verán ejemplos de aplicaciones en el sector turismo; también se explica las estrategias de promoción turística que existen en algunos países de Sudamérica, centrándonos en el caso de Perú. Seguidamente se menciona la relación entre el turismo y la economía en el Perú. Finalmente se define la motivación y los objetivos. En el segundo capítulo, se muestra el marco teórico de lo que son sistemas operativos para dispositivos móviles y todo lo relacionado con Realidad Aumentada, definición, elementos, tipos y herramientas de desarrollo. En el tercer capítulo, analizamos la información para seleccionar el sistema operativo más óptimo así como las herramientas para de desarrollo para Realidad Aumentada. Para el caso de los sistemas operativos se hace un análisis de mercado, así como técnico. Así mismo se compara las herramientas de desarrollo, basándonos en las funcionalidades requeridas para el desarrollo de la aplicación, costo de las mismas, madurez y documentación. Luego del análisis se hace el diseño de la aplicación a través de un diagrama de flujo y diseños gráficos. En el cuarto capítulo, se muestran las consideraciones sobre la tecnología a ser implementada y relacionada a las herramientas de desarrollo. También se muestran los prototipos implementados y la validación al llevar la aplicación a un número de usuarios.

² Salazar Álvarez, Iván Andrés (2013) Diseño e implementación de un sistema para información turística basado en realidad aumentada. Lima. Presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tomado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio>. Pássim.

Ortega (2011)³; señala que su tesis consiste en el estudio, diseño e implementación de un sistema IVR IP de interfaz telefónica bilingüe (español inglés) para la reserva de boletos del ferrocarril de Cuzco para el viaje desde la estación de San Pedro hasta la ciudadela Machu Picchu (Aguas Calientes). Este sistema consistirá en una arquitectura conformada por tres servidores: El primero será una PBX IP implementada en software libre, el segundo un servidor de requerimientos que tramitará pedidos y almacenará la lógica del sistema, y el tercero un servidor de Base de datos que sigue el modelamiento desarrollado en este trabajo.

Pinedo (2009)⁴; señala que la gestión de los servicios es compleja, frágil, y llena de retos. Compleja, porque requiere integrar un elevado número de variables de gestión; frágil, porque el nivel de servicio alcanzado está expuesto a deterioro; y llena de retos, porque requiere de cooperación y puede llevar a fuentes de ventajas competitivas impresionantes. En este sentido, la calidad constituye un pilar fundamental en los sectores productivos y de servicios en una época enmarcada por la globalización y la competitividad, la ventaja competitiva reside en ofrecer productos y/o servicios que satisfagan las necesidades del cliente. Es así, que las organizaciones se ven inmersas en este proceso, en tanto orientan sus propósitos a encontrar los medios que favorezcan la calidad de los servicios que brindan a través de la certificación de sus áreas operativas y de apoyo. Sobre la base de tales factores, las Unidades de Información (en adelante UI) deben cambiar de paradigma, no sólo con la adopción de nuevas estructuras y adquisición de modernas tecnologías, sino también con la adopción de una nueva cultura de la calidad, basada en una filosofía y metodología de trabajo comprometida desde la alta dirección hasta el nivel operativo. Las UI, como órganos que apoyan las actividades de su organización matriz, no están exentas de ser parte del Sistema de Gestión de Calidad y de la aplicación directa de las normas. Para gestionar la calidad dentro de las UI debe existir un sistema conceptual y estructural en donde los procesos y servicios deben ser controlados y evaluados con el fin de demostrar el cumplimiento de los requisitos

³ Ortega Gallegos, David Alfonso (2011) diseño e implementación de un sistema interactivo de respuesta de voz (IVR) piloto para la reserva de boletos del ferrocarril Cuzco –Machupicchu. Tesis para optar el título de Ingeniero de las Telecomunicaciones Facultad de Ciencias e Ingeniería Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Tomado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio>. Pássim.

⁴Pinedo López Mayra Ledith (2009) Tesis: Análisis de los servicios en la unidad de información de CESEL SA con la implementación del sistema de gestión de calidad basado en ISO 9001:2000 Presentado para optar le título de Licenciada en Bibliotecología de la facultad de letras de la UNMSM. Págs. 08-10.

establecidos, lo que finalmente se verá reflejado en la satisfacción de los usuarios. Es de conocimiento general que la implementación de los sistemas de gestión de calidad basados en las normas ISO 9000 se ha convertido en un imperativo para muchas instituciones como medio para el desarrollo de una dinámica de mejora continua dentro de organización que les permita garantizar la rigurosidad y compromiso con el que desarrollan sus actividades. En este sentido está demostrado que las normas ISO 9000 son una herramienta importante para conducir y operar una organización en forma exitosa, por ello se hace necesario demostrar y lograr un reconocimiento público a la calidad de los servicios que presta, dicho reconocimiento está dado por el logro de la certificación ISO. El hecho de que la organización en su conjunto se certifique bajo normas ISO 9000, constituye, por añadidura, que la UI perteneciente tenga necesariamente que adecuar sus procesos a las mencionadas normas con la finalidad de alcanzar los estándares de calidad prefijados y así poder mantener parámetros de excelencia en beneficio de los usuarios a quienes se dirigen. El propósito de disponer de dicha certificación es atestiguar que un producto o servicio se ajusta a determinadas normas, con la expedición de un certificado en el que se da fe documental del cumplimiento de todos los requisitos exigidos en tales normas.

Liza (2007)⁵, señala que uno de los principios rectores de la política sectorial es la calidad de la atención a la salud como un derecho ciudadano, en donde el eje central de la atención es la satisfacción de los usuarios. Sin embargo se debe considerar que el esfuerzo desplegado en nuestras instituciones en materia de calidad aún resulta insuficiente y en la mayoría de los casos la atención que se brinda no es buena o adolece de una serie de deficiencias y limitaciones de todo orden que se interponen en el propósito de lograr una garantía de calidad en los servicios de salud y que finalmente se traducen en el grado de satisfacción o descontento de los usuarios. Actualmente los hospitales del sector público en el ámbito nacional, enfrentan realidades parecidas, a gran mayoría de ellos han invertido recursos mejorando los procesos de atención en busca de mejoras en la calidad de la atención pero cada uno ha alcanzado diversos grados de desarrollo y los usuarios siguen manifestando insatisfacción por la atención que se les brinda. Los Hospitales de la Solidaridad como tal, son uno de los principales aciertos de la actual administración al amparo del marco que le da la ley de descentralización y que en la práctica, va asumiendo nuevas funciones y conceptos que

⁵ Liza Gonzales Carmen Lucia (2007) Tesis: Percepción de la calidad de atención en hospitales de la solidaridad de la Municipalidad de Lima en el cono norte. Presentada para optar el Grado de Magister en Salud Publica con mención en gestión Hospitalaria de la universidad Nacional Federico Villarreal. Págs. 07-10.

sobre administración municipal se maneja, actualmente especificadas en la nueva ley de las municipalidades.

Al inicio los Hospitales de la Solidaridad sólo existían en el cono norte de Lima, donde diariamente se realizan atenciones médicas a todos los usuarios que acuden a él, pero uno de los problemas observados empíricamente en este hospital es el malestar que el paciente manifiesta en la atención recibida en cuanto a la infraestructura, las largas colas para efectuar los trámites administrativos, el tiempo de espera para recibir la atención médica a pesar de contar con todas las especialidades, el costo de la consulta, el trato que le dieron en la consulta, la señalización de los servicios ; ante esta problemática se van a tomar las medidas necesarias para mejorar la calidad de atención percibida en los hospitales de la solidaridad y la gerencia da un espacio geográfico, para este caso denominada provincia de Lima, que con lleva a preocuparse de todo lo que acontece en él, como es el caso de la salud.

Quintana (2006)⁶; indica que los usuarios de los servicios administrativos internos están insatisfechos con su calidad, a consecuencia de una burocracia ineficiente y a los pocos recursos asignados a estos servicios. Estos usuarios manifiestan su disconformidad verbalmente y a través de los buzones de sugerencia que se encuentran en la Facultad. Este universo de usuarios está conformado por docentes, personal administrativo, alumnos, egresados y clientes externos. En general, la gestión administrativa y de servicios internos en las universidades públicas es bastante deficiente. Esta falta de calidad se pone de manifiesto en este trabajo, sobretodo en la insatisfacción de los principales usuarios y clientes: estudiantes, docentes, proveedores y otros miembros de la sociedad que interaccionan con las dependencias que tienen a su cargo este trabajo. Esta problemática puede corroborarse en los diagnósticos de carácter estratégico que ha realizado la Universidad Nacional de Ingeniería y la Facultad de Ingeniería Civil de la UNI. En los resultados del diagnóstico del Primer Taller de Planeamiento Estratégico UNI – 2005, referido a la Gestión y Producción de Bienes y Servicios, podemos ver como debilidades lo siguiente: Existencia de Personal Administrativo calificado limitado; Falta de experiencia empresarial y administrativa del personal docente; Falta de programas de capacitación en términos de gestión administrativa y empresarial; Procedimientos administrativos lentos y ausencia de sistemas integrados para una adecuada

⁶Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Págs. 12-15.

organización empresarial; Falta de información sistematizada y oportuna para una adecuada toma de decisiones.

Artieda (2006)⁷, señala que la práctica mundial de las Normas de Calidad ISO 9000, crece frente al interés de contar con una herramienta organizacional que facilite la identificación, el seguimiento y la mejora continua de los procesos que son vitales para la empresa. En nuestro país debe existir una motivación a quienes dirigen las pequeñas y medianas empresas para que cuenten con las Normas de Gestión de Calidad ISO9000, y puedan abrirse camino en los actuales momentos de intercambio comercial sin fronteras. De esta manera los negocios pueden concretarse bajo la seguridad de conocer a los clientes, definiendo específicamente los productos o servicios a entregar, y sistematizando los métodos de trabajo para producir con eficiencia, esta guía, que ha sido implementada por miles de gerentes en el mundo, se ha convertido en la opción de hoy. Un porcentaje de empresas en el Ecuador posee actualmente esta certificación, pero la tendencia es que aumentará en el corto plazo, al momento la tienen empresas grandes tales como: Ómnibus BB, General Motors, Compañía de Cervezas Nacionales, Repsol YPF, Cementos Selva Alegre, Danec; entre otras. La tendencia a la internacionalización, es un inicio positivo de cambio organizacional, pero más allá de un plan de implementación generalizada que pueda incentivar el sector público, gremios o cámaras de producción, la decisión de buscar ser más competitivos está en la convicción y visión de cada gerente, independientemente del tamaño de la empresa que dirija.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACION

Delimitación espacial:

Este trabajo se desarrolló en la Región Cusco, Perú.

Delimitación temporal:

Esta investigación ha cubierto el período del año 2005 hasta la actualidad.

Delimitación social:

⁷Artieda Inga Ximena del Rocío (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Págs. Pássim.

La investigación ha permitido establecer relaciones sociales con propietarios, socios, accionistas, funcionarios y trabajadores de las empresas que prestan servicios turísticos; y, los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Se ha determinado que los servicios turísticos de la Región Cusco; si bien cubren la demanda; sin embargo no vienen innovando en la medida necesaria; tampoco tienen la eficiencia, efectividad y competitividad que se exige para los mismos; todo lo cual se configura como falta de mejora en dichos servicios turísticos.

La nueva maravilla del Mundo Machu Picchu, es la principal atracción del Cusco y del Perú, recibe turistas de todo el mundo durante todo el año y por tanto requiere que las empresas que atienden los tours a dicho santuario estén mejorando permanentemente. La ciudad de Cusco es el epicentro de actividades turísticas, es aquí desde donde se pueden empezar los tours a diversos atractivos como: Machu Picchu, El Valle Sagrado de los Incas, Moray, Maras, Pikillacta, Raqchi, El Camino Inca, Camino Choquequirao, entre otros; y por lo tanto se requiere de empresas de transporte, hoteles, restaurantes, tiendas con sus diferentes productos que presten servicios cada vez mejores para los turistas nacionales y extranjeros.

Los turistas son muy importantes para el desarrollo social de la Región Cusco y para el país. Durante su estadía, cada uno de ellos genera un aporte sumamente significativo para las economías de las provincias, distritos y centros poblados; puesto que aportan dinero en la compra de artesanía, en transporte, al alimentarse en algún restaurante y hasta con la elección del hotel, viéndose beneficiado un abanico de personas dentro de la localidad; por tanto es necesario que dichos agentes económicos estén siempre mejorando los servicios que prestan.

Gracias a los esfuerzos de muchas instituciones públicas y privadas, la cantidad de nuevos visitantes que han venido a conocer las bondades de la Región Cusco aumento en un 20%, según datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT) durante el año 2013; entre tanto las empresas para aportar al desarrollo de turismo, deben implementar una diversidad de acciones, algunas de las cuales pueden ser la baja sustancial en las tarifas y con ello el

aumento del flujo de pasajeros; asimismo deben desarrollar campañas para posicionar a la Región Cusco en el resto del mundo; también deberían avocarse en el desarrollo de nuevas rutas turísticas aéreas, terrestres y en ferrocarril; todo lo cual constituye mejora de los servicios turísticos.

Los programas de las empresas no mejora los servicios turísticos, por cuanto no tienen como finalidad brindar beneficios y recompensas para premiar la preferencia y lealtad de los turistas frecuentes, no incorporan modelos de canje flexible para generar impacto en el fomento del turismo aumentando el número de visitantes a la Región Cusco; no generan tratos igualitarios a los turistas nacionales ni en los turistas extranjeros; los cuales en algunos casos se siente segregados, vilipendiados, abusados; todo lo cual no ayuda en nada en la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco.

Para anticiparte y controlar las situaciones identificadas, es necesario disponer de sistemas de gestión de calidad en cada empresa, ya sea ferroviaria, de transporte terrestre, hoteles, restaurantes, tiendas de cerámica, tiendas de orfebrería; incluso en la ciudadanía en general; lo cual es posible con el sistema de gestión ISO 9001; lo cual es necesario para disponer de un alto grado de eficiencia, efectividad y competitividad en los productos y servicios orientas a los turistas nacionales y extranjeros.

Es necesario utilizar un sistema de gestión de calidad ISO 9001 para lograr la calidad de los servicios turísticos en general que solicitan los turistas; todos los servicios necesitan calidad, ninguno puede ser excluido.

No existe otra herramienta más importante que el sistema de gestión ISO 9001 para la mejora de la calidad de los servicios turísticos, porque a través del mismo se logra una óptima gestión de los recursos humanos, materiales y financieros en beneficio; la realización óptima de los servicios turísticos; así como la medición, análisis y mejora permanente de los servicios turísticos para los turistas nacionales y extranjeros.

1.3.2. ESTRUCTURACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.2.1. PROBLEMA PRINCIPAL

¿De qué manera el sistema de gestión de calidad podrá facilitar la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú?

1.3.2.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS

- 1) ¿De qué modo la gestión de calidad de los recursos, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú?
- 2) ¿De qué forma la ejecución de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú?
- 3) ¿De qué manera la medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos, podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer la manera como el sistema de gestión de calidad podrá facilitar la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Determinar el modo como la gestión de calidad de los recursos, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.
- 2) Establecer la forma como la ejecución de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

- 3) Determinar la manera como la medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos, podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

En este trabajo en primer lugar se ha identificado la problemática existente en la mejora de los servicios turísticos; sobre dicha problemática se han formulado las posibles soluciones a través de las hipótesis; luego se ha establecido los propósitos que persigue el trabajo por intermedio de los objetivos. Todos estos elementos se han formado en base a las variables e indicadores de la investigación. Todo lo anterior tiene el sustento en una metodología de investigación que identifica el tipo, nivel y diseño de investigación, la población y muestra a aplicar; así como también las técnicas e instrumentos para recopilar, analizar e interpretar la información.

1.5.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú; mediante la gestión de calidad de los recursos; la ejecución de calidad de los recursos; y, la medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos.

El sistema de gestión de calidad, incide en la eficiencia, efectividad y competitividad de las empresas que prestan servicios turísticos de la Región Ayacucho.

1.5.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Este trabajo podrá ser aplicado por las empresas de transporte, hoteleras, restaurantes, tiendas, guías de turismo y otras que facilitan los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.

1.5.4 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION

La importancia está dada por el hecho de presentar un modelo de investigación que busca resolver el problema de la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.

Asimismo, porque permite plasmar el proceso de investigación científica y los conocimientos y experiencia profesional.

1.6 ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo alcanza a las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

Las limitaciones que se han tenido son de carácter informativo y financiero.

Estas entidades tienen mucho celo por la información operativa, financiera y económica.

En lo financiero estas entidades ni ninguna otra facilita recursos financieros para llevar a cabo investigaciones de este tipo.

1.7 DEFINICIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS
<p>Es un sistema de indicadores que busca generar una plataforma básica para que todo lo que hagan las empresas sea de calidad, es decir que satisfagan todas las necesidades de los clientes.</p> <p>Es una serie de normas de calidad para ayudar a poner de manifiesto lo mejor de la organización puesto que permite comprender los procesos de entrega de productos y prestación de servicios a los clientes.</p>	<p>Se refiere al nivel satisfacción que se logra en el cliente mediante la prestación del servicio turístico. Abarca un proceso para lograrlo. Incluye la participación del capital humano, los recursos materiales y financieros, todo para que el servicio sea económico, eficiente, efectivo y este en proceso de mejora permanente. La mejora de la calidad de servicio comprende la eficiencia institucional; efectividad institucional y la competitividad institucional.</p>

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. TEORÍAS GENERALES RELACIONADAS CON EL TEMA

2.1.1. TEORÍA GENERAL DE LA ECONOMÍA

Interpretando a Rojas (2012)⁸, se entiende por teoría económica a cada una de las hipótesis o modelos que pretenden explicar aspectos de la realidad económica. En la teoría económica se distinguen dos enfoques diferenciados: Microeconomía y Macroeconomía.

- 1) **Microeconomía:** El modelo de oferta y demanda describe como varían los precios según el balance entre disponibilidad del producto a diferentes precios (oferta) y los deseos de aquellos con poder adquisitivo según el precio (demanda). La microeconomía es una parte de la economía que estudia el comportamiento económico de agentes económicos individuales, como son los consumidores, las empresas, los trabajadores y los inversores; así como de los mercados. Considera las decisiones que toma cada uno para cumplir ciertos objetivos propios. Los elementos básicos en los que se centra el análisis microeconómico son los bienes, los precios, los mercados y los agentes económicos. La gran mayoría de los modelos que se exponen en el presente artículo tienen como base la existencia de un marco económico y social de economía descentralizada, en el que existe propiedad privada. La microeconomía tiene varias ramas de desarrollo de las cuales las más importantes son: la teoría del consumidor, la de la demanda, la del productor, la del equilibrio general, y la de los mercados de activos financieros. No pueden considerarse enteramente separadas porque los resultados de unos aspectos influyen sobre los otros. Por ejemplo, las empresas no sólo ofertan bienes y servicios, sino que también demandan bienes y servicios para poder producir los suyos. La microeconomía propone modelos matemáticos que desarrollan los supuestos sobre el comportamiento de los agentes

⁸ Rojas Cano, Alberto (2012) Teoría General de la Economía. Santa Fe de Bogotá-Colombia. Mc. Graw Hill Interamericana SA. Pág. 45-49.

económicos, las conclusiones a la que se llegue usando esos modelos sólo será válida, en tanto en cuanto, se cumplan los supuestos, cosa que no ocurre siempre, especialmente si se trata de supuestos muy fuertes o restrictivos.

Una de las incorporaciones más importantes al estudio de la microeconomía es la llamada teoría de juegos. La teoría de juegos es una teoría matemática que estudia el comportamiento de varios agentes cuando las decisiones tomadas por cada uno influyen en qué medida cada uno logra los objetivos que desea. Se usa, por ejemplo, en la teoría de la producción industrial, para estudiar los casos de oligopolio y de competencia imperfecta.

- 2) **Macroeconomía:** Es la parte de la teoría económica que se encarga del estudio global de la economía en términos del monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos y el comportamiento general de los precios. La macroeconomía puede ser utilizada para analizar cuál es la mejor manera de influir en objetivos políticos como por ejemplo hacer crecer la economía, conseguir la estabilidad de precios, fomentar el empleo y la obtención de una sustentable y equilibrada balanza de pagos. La macroeconomía por ejemplo, se enfoca en los fenómenos que afectan las variables indicadoras del nivel de vida de una sociedad. Además objetiza más al analizador la situación económica de un país propio en el que vive, permitiendo entender los fenómenos que intervienen en ella. En contraposición, la microeconomía estudia el comportamiento económico de agentes individuales, como consumidores, empresas, trabajadores e inversores.

A continuación se presenta un resumen de los principales modelos económicos en los cuales se desarrollan las instituciones y la economía en general:

CAPITALISMO:

Sistema económico en el que los individuos privados y las empresas de negocios llevan a cabo la producción y el intercambio de bienes y servicios mediante complejas transacciones en las que intervienen los precios y los mercados. Se puede decir que, de existir un fundador del sistema capitalista, éste es el filósofo escocés Adam Smith, que fue el primero en describir los principios económicos básicos que definen al capitalismo. En su obra clásica investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones (1776), Smith intentó demostrar que era posible buscar la ganancia personal de forma que no sólo se pudiera alcanzar el objetivo individual sino también la mejora de la sociedad. Los intereses sociales radican en lograr el

máximo nivel de producción de los bienes que la gente desea poseer. Con una frase que se ha hecho famosa, Smith decía que la combinación del interés personal, la propiedad y la competencia entre vendedores en el mercado llevaría a los productores, "gracias a una mano invisible", a alcanzar un objetivo que no habían buscado de manera consciente: el bienestar de la sociedad.

A lo largo de su historia, pero sobre todo durante su auge en la segunda mitad del siglo xix, el capitalismo tuvo una serie de características básicas. En primer lugar, los medios de producción -tierra y capital- son de propiedad privada. En este contexto el capital se refiere a los edificios, la maquinaria y otras herramientas utilizadas para producir bienes y servicios destinados al consumo. En segundo lugar, la actividad económica aparece organizada y coordinada por la interacción entre compradores y vendedores (o productores) que se produce en los mercados. En tercer lugar, tanto los propietarios de la tierra y el capital como los trabajadores, son libres y buscan maximizar su bienestar, por lo que intentan sacar el mayor partido posible de sus recursos y del trabajo que utilizan para producir; los consumidores pueden gastar como y cuando quieran sus ingresos para obtener la mayor satisfacción posible. Este principio, que se denomina soberanía del consumidor, refleja que, en un sistema capitalista, los productores se verán obligados, debido a la competencia, a utilizar sus recursos de forma que puedan satisfacer la demanda de los consumidores; el interés personal y la búsqueda de beneficios les lleva a seguir esta estrategia. En cuarto lugar, bajo el sistema capitalista el control del sector privado por parte del sector público debe ser mínimo; se considera que si existe competencia, la actividad económica se controlará a sí misma; la actividad del gobierno sólo es necesaria para gestionar la defensa nacional, hacer respetar la propiedad privada y garantizar el cumplimiento de los contratos. Esta visión decimonónica del papel del estado en el sistema capitalista ha cambiado mucho durante el siglo xx.

Tanto los mercaderes como el comercio existen desde que existe la civilización, pero el capitalismo como sistema económico no apareció hasta el siglo xiii en Europa sustituyendo al feudalismo. Según Adam Smith, los seres humanos siempre han tenido una fuerte tendencia a "realizar trueques, cambios e intercambios de unas cosas por otras". Este impulso natural hacia el comercio y el intercambio fue acentuado y fomentado por las cruzadas que se organizaron en Europa occidental desde el siglo xi hasta el siglo xiii. Las grandes travesías y expediciones de los siglos xv y xvi reforzaron estas tendencias y fomentaron el comercio, sobre todo tras el descubrimiento del nuevo mundo y la entrada en Europa de ingentes cantidades de metales preciosos provenientes de aquellas tierras. El orden económico resultante de estos acontecimientos fue un sistema en el que predominaba lo comercial o

mercantil, es decir, cuyo objetivo principal consistía en intercambiar bienes y no en producirlos. La importancia de la producción no se hizo patente hasta la revolución industrial que tuvo lugar en el siglo xix.

Sin embargo, ya antes del inicio de la industrialización había aparecido una de las figuras más características del capitalismo, el empresario, que es, según Schumpeter, el individuo que asume riesgos económicos. Un elemento clave del capitalismo es la iniciación de una actividad con el fin de obtener beneficios en el futuro; puesto que éste es desconocido, tanto la posibilidad de obtener ganancias como el riesgo de incurrir en pérdidas son dos resultados posibles, por lo que el papel del empresario consiste en asumir el riesgo de tener pérdidas.

El camino hacia el capitalismo a partir del siglo xiii fue allanado gracias a la filosofía del renacimiento y de la reforma. Estos movimientos cambiaron de forma drástica la sociedad, facilitando la aparición de los modernos estados nacionales que proporcionaron las condiciones necesarias para el crecimiento y desarrollo del capitalismo. Este crecimiento fue posible gracias a la acumulación del excedente económico que generaba el empresario privado y a la reinversión de este excedente para generar mayor crecimiento.

MERCANTILISMO

Desde el siglo xv hasta el siglo xviii, cuando aparecieron los modernos estados nacionales, el capitalismo no sólo tenía una faceta comercial, sino que también dio lugar a una nueva forma de comerciar, denominada mercantilismo. Esta línea de pensamiento económico, este nuevo capitalismo, alcanzó su máximo desarrollo en Inglaterra y Francia. El sistema mercantilista se basaba en la propiedad privada y en la utilización de los mercados como forma de organizar la actividad económica. A diferencia del capitalismo de Adam Smith, el objetivo fundamental del mercantilismo consistía en maximizar el interés del estado soberano, y no el de los propietarios de los recursos económicos fortaleciendo así la estructura del naciente estado nacional. Con este fin, el gobierno ejercía un control de la producción, del comercio y del consumo. La principal característica del mercantilismo era la preocupación por acumular riqueza nacional, materializándose ésta en las reservas de oro y plata que tuviera un estado. Dado que los países no tenían grandes reservas naturales de estos metales preciosos, la única forma de acumularlos era a través del comercio. Esto suponía favorecer una balanza comercial positiva o, lo que es lo mismo, que las exportaciones superaran en volumen y valor a las importaciones, ya que los pagos internacionales se realizaban con oro y plata. Los estados mercantilistas intentaban mantener salarios bajos para desincentivar las importaciones, fomentar las exportaciones y aumentar la entrada de oro.

Más tarde, algunos teóricos de la economía como David Hume comprendieron que la riqueza de una nación no se asentaba en la cantidad de metales preciosos que tuviese almacenada, sino en su capacidad productiva. Se dieron cuenta que la entrada de oro y plata elevaría el nivel de actividad económica, lo que permitiría a los estados aumentar su recaudación impositiva, pero también supondría un aumento del dinero en circulación, y por tanto mayor inflación, lo que reduciría su capacidad exportadora y haría más baratas las importaciones por lo que, al final del proceso, saldrían metales preciosos del país. Sin embargo, pocos gobiernos mercantilistas comprendieron la importancia de este mecanismo.

CAPITALISMO MODERNO:

Dos acontecimientos propiciaron la aparición del capitalismo moderno; los dos se produjeron durante la segunda mitad del siglo XVIII. El primero fue la aparición en Francia de los fisiócratas desde mediados de este siglo; el segundo fue la publicación de las ideas de Adam Smith sobre la teoría y práctica del mercantilismo.

Los fisiócratas el término fisiocracia se aplican a una escuela de pensamiento económico que sugería que en economía existía un orden natural que no requiere la intervención del estado para mejorar las condiciones de vida de las personas. La figura más destacada de la fisiocracia fue el economista francés François Quesnay, que definió los principios básicos de esta escuela de pensamiento en Tableau Économique (cuadro económico, 1758), un diagrama en el que explicaba los flujos de dinero y de bienes que constituyen el núcleo básico de una economía. Simplificando, los fisiócratas pensaban que estos flujos eran circulares y se retroalimentaban. Sin embargo la idea más importante de los fisiócratas era su división de la sociedad en tres clases: una clase productiva formada por los agricultores, los pescadores y los mineros, que constituían el 50% de la población; la clase propietaria, o clase estéril, formada por los terratenientes, que representaban la cuarta parte, y los artesanos, que constituían el resto.

La importancia del tableau de Quesnay radicaba en su idea de que sólo la clase agrícola era capaz de producir un excedente económico, o producto neto. El estado podía utilizar este excedente para aumentar el flujo de bienes y de dinero o podía cobrar impuestos para financiar sus gastos. El resto de las actividades, como las manufacturas, eran consideradas estériles porque no creaban riqueza sino que sólo transformaban los productos de la clase productiva (el confucianismo ortodoxo chino tenía principios parecidos a estas ideas). Este principio fisiocrático era contrario a las ideas mercantilistas. Si la industria no crea riqueza, es inútil que el estado intente aumentar la riqueza de la sociedad dirigiendo y regulando la actividad económica.

Las ideas de Adam Smith no sólo fueron un tratado sistemático de economía; fueron un ataque frontal a la doctrina mercantilista. Al igual que los fisiócratas, Smith intentaba demostrar la existencia de un orden económico natural, que funcionaría con más eficacia cuanto menos interviniese el estado. Sin embargo, a diferencia de aquéllos, Smith no pensaba que la industria no fuera productiva, o que el sector agrícola era el único capaz de crear un excedente económico; por el contrario, consideraba que la división del trabajo y la ampliación de los mercados abrían posibilidades ilimitadas para que la sociedad aumentara su riqueza y su bienestar mediante la producción especializada y el comercio entre las naciones.

Así pues, tanto los fisiócratas como Smith ayudaron a extender las ideas de que los poderes económicos de los estados debían ser reducidos y de que existía un orden natural aplicable a la economía. Sin embargo fue Smith más que los fisiócratas, quien abrió el camino de la industrialización y de la aparición del capitalismo moderno en el siglo xix.

Las ideas de Smith y de los fisiócratas crearon la base ideológica e intelectual que favoreció el inicio de la revolución industrial, término que sintetiza las transformaciones económicas y sociales que se produjeron durante el siglo XIX. Se considera que el origen de estos cambios se produjo a finales del siglo XVIII en Gran Bretaña.

La característica fundamental del proceso de industrialización fue la introducción de la mecánica y de las máquinas de vapor para reemplazar la tracción animal y humana en la producción de bienes y servicios; esta mecanización del proceso productivo supuso una serie de cambios fundamentales: el proceso de producción se fue especializando y concentrando en grandes centros denominados fábricas; los artesanos y las pequeñas tiendas del siglo XVIII no desaparecieron pero fueron relegados como actividades marginales; surgió una nueva clase trabajadora que no era propietaria de los medios de producción por lo que ofrecían trabajo a cambio de un salario monetario; la aplicación de máquinas de vapor al proceso productivo provocó un espectacular aumento de la producción con menos costes. La consecuencia última fue el aumento del nivel de vida en todos los países en los que se produjo este proceso a lo largo del siglo XIX.

El desarrollo del capitalismo industrial tuvo importantes costes sociales. Al principio, la industrialización se caracterizó por las inhumanas condiciones de trabajo de la clase trabajadora. La explotación infantil, las jornadas laborales de 16 y 18 horas, y la insalubridad y peligrosidad de las fábricas eran circunstancias comunes. Estas condiciones llevaron a que surgieran numerosos críticos del sistema que defendían distintos sistemas de propiedad comunitaria o socializada; son los llamados socialistas utópicos. Sin embargo, el primero en desarrollar una teoría coherente fue Karl Marx, que pasó la mayor parte de su vida en

Inglaterra, país precursor del proceso de industrialización, y autor de *Das Kapital* (el capital, 3 volúmenes, 1867-1894). La obra de Marx, base intelectual de los sistemas comunistas que predominaron en la antigua unión soviética, atacaba el principio fundamental del capitalismo: la propiedad privada de los medios de producción. Marx pensaba que la tierra y el capital debían pertenecer a la comunidad y que los productos del sistema debían distribuirse en función de las distintas necesidades.

Con el capitalismo aparecieron los ciclos económicos: periodos de expansión y prosperidad seguidos de recesiones y depresiones económicas que se caracterizan por la discriminación de la actividad productiva y el aumento del desempleo. Los economistas clásicos que siguieron las ideas de Adam Smith no podían explicar estos altibajos de la actividad económica y consideraban que era el precio inevitable que había que pagar por el progreso que permitía el desarrollo capitalista. Las críticas marxistas y las frecuentes depresiones económicas que se sucedían en los principales países capitalistas ayudaron a la creación de movimientos sindicales que luchaban para lograr aumentos salariales, disminución de la jornada laboral y mejores condiciones laborales.

A finales del siglo XIX, sobre todo en Estados Unidos, empezaron a aparecer grandes corporaciones de responsabilidad limitada que tenían un enorme poder financiero. La tendencia hacia el control corporativo del proceso productivo llevó a la creación de acuerdos entre empresas, monopolios o trusts que permitían el control de toda una industria. Las restricciones al comercio que suponían estas asociaciones entre grandes corporaciones provocó la aparición, por primera vez en Estados Unidos, y más tarde en todos los demás países capitalistas, de una legislación antitrusts, que intentaba impedir la formación de trusts que formalizaran monopolios e impidieran la competencia en las industrias y en el comercio. Las leyes antitrusts no consiguieron restablecer la competencia perfecta caracterizada por muchos pequeños productores con la que soñaba Adam Smith, pero impidió la creación de grandes monopolios que limitaran el libre comercio.

A pesar de estas dificultades iniciales, el capitalismo siguió creciendo y prosperando casi sin restricciones a lo largo del siglo XIX. Logró hacerlo así porque demostró una enorme capacidad para crear riqueza y para mejorar el nivel de vida de casi toda la población. A finales del siglo XIX, el capitalismo era el principal sistema socioeconómico mundial.

Durante casi todo el siglo XX, el capitalismo ha tenido que hacer frente a numerosas guerras, revoluciones y depresiones económicas. La I Guerra Mundial provocó el estallido de la revolución en Rusia. La guerra también fomentó el nacionalsocialismo en Alemania, una perversa combinación de capitalismo y socialismo de estado, reunidos en un régimen cuya

violencia y ansias de expansión provocaron un segundo conflicto bélico a escala mundial. A finales de la II Guerra Mundial, los sistemas económicos comunistas se extendieron por china y por toda Europa oriental. Sin embargo, al finalizar la guerra fría, a finales de la década de 1980, los países del bloque soviético empezaron a adoptar sistemas de libre mercado, aunque con resultados ambiguos. China es el único gran país que sigue teniendo un régimen marxista, aunque se empezaron a desarrollar medidas de liberalización y a abrir algunos mercados a la competencia exterior. Muchos países en vías de desarrollo, con tendencias marxistas cuando lograron su independencia, se tornan ahora hacia sistemas económicos más o menos capitalistas, en búsqueda de soluciones para sus problemas económicos.

COMUNISMO:

Comunismo, ideología política cuya principal aspiración es la consecución de una sociedad en la que los principales recursos y medios de producción pertenezcan a la comunidad y no a los individuos. En teoría, estas sociedades permiten el reparto equitativo de todo el trabajo en función de la habilidad, y de todos los beneficios en función de las necesidades. Algunos de los conceptos de la sociedad comunista suponen que, en último término, no se necesita que haya un gobierno coercitivo y, por lo tanto, la sociedad comunista no tendría por qué tener legisladores. Sin embargo, hasta alcanzar este último estadio, el comunismo debe luchar, por medio de la revolución, para lograr la abolición de la propiedad privada; la responsabilidad de satisfacer las necesidades públicas recae, pues, en el estado. El concepto comunista de la sociedad ideal tiene lejanos antecedentes, incluyendo la república de platón y las primeras comunidades cristianas. La idea de una sociedad comunista surgió, a principios del siglo xix, como respuesta al nacimiento y desarrollo del capitalismo moderno. En aquel entonces, el comunismo fue la base de una serie de afirmaciones utópicas; sin embargo, casi todos estos primeros experimentos comunistas fracasaron; realizados a pequeña escala, implicaban la cooperación voluntaria y todos los miembros de las comunidades creadas participaban en el proceso de gobierno.

Posteriormente, el término 'comunismo' pasó a describir al socialismo científico, la filosofía establecida por Karl Marx y Friedrich Engels a partir de su manifiesto comunista. Desde 1917, el término se aplicó a aquellos que consideraban que la revolución rusa era el modelo político ideal, refundido el tradicional marxismo ortodoxo con el leninismo, creador de una verdadera praxis revolucionaria. Desde el inicio de aquélla, el centro de gravedad del comunismo mundial se trasladó fuera de la Europa central y occidental; desde finales de la década de 1940 hasta la de 1980, los movimientos comunistas han estado frecuentemente

vinculados con los intentos de los países del tercer mundo de obtener su independencia nacional y otros cambios sociales, en el ámbito del proceso descolonizador.

ECONOMÍA NEOCLÁSICA

Los años transcurridos entre la publicación de los principios de economía (1890) de Marshall y el crac de 1929, pueden considerarse como años de reconciliación, consolidación y refinamiento de la ciencia económica. Las tres escuelas nacionales de pensamiento económico fueron acercándose poco a poco hasta crear una única corriente principal de pensamiento. La teoría de la utilidad se redujo a un sistema axiomático que podía aplicarse al análisis del comportamiento del consumidor para estudiar las diversas situaciones, en función de, por ejemplo, los cambios en los ingresos o en los precios. El concepto de marginalidad aplicado al consumo permitió crear el concepto de productividad marginal al hablar de la producción, y con esta nueva idea apareció una nueva teoría de la distribución en la que los salarios, los beneficios, los intereses y las rentas dependían de la productividad marginal de cada factor de producción. El concepto de Marshall (economías y deseconomías a escala externa) fue desarrollado por uno de sus discípulos más destacados, Alfred Pigou, para distinguir entre costes privados y costes sociales, lo que sentó las bases para la formulación de la teoría del bienestar: una nueva rama dentro de la economía. De forma paralela el economista sueco Knut Wicksell y el estadounidense Irving Fisher, iban desarrollando una teoría monetaria, que explicaba cómo se determinaba el nivel general de precios, diferenciándolo de la fijación individual de cada precio. Durante la década de 1930 la creciente armonía y unidad de la economía se rompió, primero debido a la publicación simultánea de la obra de Edward Chamberlin, teoría de la competencia monopolística y de la de Joan Robinson, economía de la competencia imperfecta en 1933 y segundo, por la aparición, en 1936 de la teoría general sobre el empleo, el interés y el dinero de John Maynard Keynes.

LIBERALISMO:

Liberalismo, doctrinario económico, político y hasta filosófico que aboga como premisa principal por el desarrollo de la libertad personal individual y, a partir de ésta, por el progreso de la sociedad. Hoy en día se considera que el objetivo político del neoliberalismo es la democracia, pero en el pasado muchos liberales consideraban este sistema de gobierno como algo poco saludable por alentar la participación de las masas en la vida política. A pesar de ello, el liberalismo acabó por confundirse con los movimientos que pretendían transformar el orden social existente mediante la profundización de la democracia. Debe distinguirse pues

entre el liberalismo que propugna el cambio social de forma gradual y flexible, y el radicalismo, que considera el cambio social como algo fundamental que debe realizarse a través de distintos principios de autoridad.

A mediados del siglo XIX, el desarrollo del constitucionalismo, la extensión del sufragio, la tolerancia frente a actitudes políticas diferentes, la disminución de la arbitrariedad gubernativa y las políticas tendentes a promover la felicidad hicieron que el pensamiento liberal ganara poderosos defensores en todo el mundo. A pesar de su tendencia crítica hacia estados unidos, para muchos viajeros europeos era un modelo de liberalismo por el respeto a la pluralidad cultural, su énfasis en la igualdad de todos los ciudadanos y por su amplio sentido del sufragio. A pesar de todo, en ese momento el liberalismo llegó a una crisis respecto a la democracia y al desarrollo económico. Esta crisis sería importante para su posterior desarrollo. Por un lado, algunos demócratas como el escritor y filósofo francés Jean-Jacques Rousseau no eran liberales. Rousseau se oponía a la red de grupos privados voluntaristas que muchos liberales consideraban esenciales para el movimiento. Por otro lado, la mayor parte de los primeros liberales no eran demócratas. Ni Locke ni Voltaire creyeron en el sufragio universal y la mayor parte de los liberales del siglo XIX temían la participación de las masas en la política pues opinaban que las llamadas clases más desfavorecidas no estaban interesadas en los valores fundamentales del liberalismo, es decir que eran indiferentes a la libertad y hostiles a la expresión del pluralismo social. Muchos liberales se ocuparon de preservar los valores individuales que se identificaban con una ordenación política y social aristocrática. Su lugar como críticos de la sociedad y como reformadores pronto sería retomado por grupos más radicales como los socialistas.

El socialismo adoptó numerosas formas en sus comienzos. Tras la muerte de Marx en 1883 muchos socialistas disentían sobre el modo de alcanzar la utopía. Karl Kautsky (izquierda), Rosa Luxemburg (centro) y Eduard Bernstein (derecha), mantuvieron ideas diferentes respecto a la implantación del socialismo. Rosa Luxemburg viajó a Varsovia (entonces bajo control ruso) para participar en la revolución rusa de 1905. Bernstein creía que el comunismo podría evolucionar sin necesidad de una revolución. Kautsky, aunque partidario en un principio de métodos revolucionarios, adoptó criterios más liberales en su intento de mantener la pureza del marxismo.

MARGINALISMO

Marginalismo, escuela y teoría económica que propugna el análisis, comprensión y explicación de los fenómenos microeconómicos por medio de la utilización de funciones

matemáticas, representadas en ejes de coordenadas y que han de servir para cuantificar determinadas variables. Especialmente el valor, que se considera determinado por factores subjetivos, debido a la propia subjetividad del consumidor, y cuya satisfacción se va reduciendo de forma progresiva en virtud de la ley de la utilidad marginal decreciente.

El marginalismo nació en el siglo XIX en torno a la llamada escuela de Lausana. Fue en la universidad de esta ciudad suiza donde las clases de economía política del economista francés Léon Walras y de su sucesor, el sociólogo y economista italiano Vilfredo Pareto, mostraron la presunta insuficiencia explicativa de las doctrinas liberales clásicas. En este sentido resultó decisiva la obra de Walras *Elementos de economía política pura* (1874), donde criticó de forma abierta la teoría del valor trabajo de David Ricardo y los postulados de Adam Smith. Profundamente influido por el matemático francés Antoine Cournot, Walras introdujo de forma sistemática el cálculo matemático en la ciencia económica. A semejantes conclusiones, y de forma paralela, llegó otro grupo de economistas (que pasaron a ser conocidos como escuela de Viena y cuyo máximo representante era Carl Menger), así como el economista británico William Stanley Jevons. El marginalismo tuvo una influencia determinante en la escuela neoclásica, fundada por Alfred Marshall, el cual sistematizó las teorías económicas clásicas incluyendo en ellas el nuevo principio de la utilidad marginal y sugirió la necesidad de adecuar las doctrinas clásicas a los acontecimientos contemporáneos mediante el uso de nuevos tipos de variables. El introductor de los métodos marginalistas en España fue José Castañeda Chornet, con su obra *Lecciones de teoría económica* (1967) y la utilización de la econometría como método de análisis.

MARXISMO

Marxismo, doctrina y teoría social, económica y política basada en la obra de Karl Marx y sus seguidores, indisolublemente unida a dos ideologías y movimientos políticos: el socialismo y el comunismo. La obra de Marx puede dividirse entre sus primeros escritos filosóficos (manuscritos filosóficos y económicos, 1844; la ideología alemana, 1845-1846), sus panfletos (manifiesto comunista, 1848), sus análisis de acontecimientos contemporáneos (el 18 brumario de Luis Bonaparte, 1852; la guerra civil en Francia, 1871) y los escritos fundamentales de su madurez (contribución a la crítica de la economía política, 1859; y, sobre todo, *el capital*, vol. 1, 1867; vols. 2 y 3, publicados póstumamente). Las ramificaciones de la doctrina marxista podemos encontrarlas en ámbitos filosóficos, económicos, históricos, políticos y de la mayoría de las ciencias sociales. Ningún otro teórico ha sido tan estudiado y tan discutido durante el siglo XX como Karl Marx. La razón de este interés está lejos de ser

exclusivamente académica. Ningún otro pensador moderno ha tenido tanta influencia sobre los movimientos políticos y sociales.

Marx pretendía desvelar las leyes inherentes al desarrollo del capitalismo. Creía que cada época histórica se caracterizaba por un modo de producción específico que se correspondía con el sistema de poder establecido y, por lo tanto, con una clase dirigente en perpetuo conflicto con una clase oprimida. Así, la sociedad medieval estuvo caracterizada por el modo de producción feudal, en el que la clase poseedora de la tierra obtenía una plusvalía del campesinado que trabajaba aquélla. Las sucesivas transiciones del sistema de esclavitud al feudalismo, y del feudalismo al capitalismo, se produjeron cuando las fuerzas productivas (es decir, los grupos relacionados con el trabajo y los medios de producción como las máquinas) no podían seguir desarrollándose con las relaciones de producción existentes entre las distintas clases sociales.

Así, la crisis que afectó al feudalismo cuando el capitalismo necesitaba una creciente clase trabajadora conllevó la eliminación de las bases legales e ideológicas tradicionales que ataban a los siervos a la tierra.

La relación fundamental del capitalismo, basada en salarios, parte de un contrato entre partes jurídicamente iguales. Los propietarios del capital (capitalistas) pagan a los trabajadores (el proletariado, poseedor únicamente de su fuerza de trabajo) salarios a cambio de un número de horas de trabajo acordado. Esta relación disfraza una desigualdad real: los capitalistas se benefician de parte de lo producido por los trabajadores y no remunerado en sus salarios. Esta plusvalía generada en favor de la clase capitalista proporciona a los propietarios del capital una gran riqueza y el control sobre el desarrollo económico de la sociedad. De esta manera se están apropiando no solamente de la riqueza, sino también del poder. La compleja superestructura política, el conjunto de leyes e ideologías, regula y refuerza este tipo de relaciones sociales. En efecto, al poseer la plusvalía, los capitalistas pueden acumular riqueza y poder, determinando la dirección que seguirá la sociedad.

Los bienes producidos mediante el sistema capitalista deben tener valor de uso, ya que, de no tenerlo, no se podrían encontrar compradores; pero, para el capitalista, tienen que tener valor de cambio: no se producen para el consumo del propio capitalista, sino para que éste pueda intercambiarlos por dinero. Así, la producción capitalista es esencialmente una producción dirigida al intercambio y no a la satisfacción de necesidades. La competencia hace que las empresas capitalistas ineficaces vayan a la quiebra, y se tienda a la concentración de empresas y la creación de monopolios, al tiempo que los mercados no dejan de crecer, pues las técnicas productivas y los medios de intercambio están continuamente cambiando y mejorando.

Las crisis son un fenómeno inherente al capitalismo. Los capitalistas intentan aumentar la intensidad de la jornada laboral y, en consecuencia, la productividad del trabajo. Por su parte, los trabajadores, si están organizados, resistirán. Los capitalistas intentarán ampliar los mercados, pero al mismo tiempo pagarán a sus trabajadores el mínimo posible. Si lo consiguen, tanto el consumo como la demanda de los trabajadores disminuirán, los mercados se reducirán y el capitalismo entrará en crisis.

MONETARISMO:

Monetarismo, teoría macroeconómica que se ocupa de analizar la oferta monetaria. Aunque el monetarismo se identifica con una determinada interpretación de la forma en que la oferta de dinero afecta a otras variables como los precios, la producción y el empleo, existen, de hecho, varias escuelas de pensamiento que podrían definirse como 'monetaristas'. El keynesianismo, que, a grandes rasgos, afirma que las variaciones de la oferta monetaria no tienen efectos a corto plazo sobre la economía, también que ésta no tiende de manera automática hacia el pleno empleo y que la política fiscal puede ser un instrumento efectivo para lograr el pleno empleo, se contraponen al monetarismo. Todos los monetaristas comparten su desacuerdo con estos postulados, sobre todo con respecto al primero y al último. También están de acuerdo en la creencia de que la oferta monetaria es un elemento esencial para explicar la determinación del nivel general de precios. Lo que aceptan es la idea de que la política monetaria puede tener efectos a corto plazo sobre la producción, así como otros temas de menor relevancia, como puede ser la definición de oferta monetaria. Por otra parte, si los monetaristas se limitaran a afirmar que existe una relación proporcional entre la oferta monetaria y el nivel general de precios a largo plazo, la mayoría de los economistas aceptarían esta idea, siempre que el periodo a largo plazo sea lo bastante prolongado y otras variables -como el tipo de instituciones financieras existentes- se mantuvieran constantes.

El monetarismo tiene una larga tradición en la historia del pensamiento económico; pueden encontrarse explicaciones detalladas y muy sofisticadas sobre el modo en que un aumento de la cantidad de dinero afecta a los precios, y a la producción a corto plazo, en los escritos de mediados del siglo XVIII del economista francés Richard Cantillon y del filósofo y economista escocés David Hume.

La 'teoría cuantitativa del dinero' prevaleció en el monetarismo, sobre todo bajo la influencia de Irving Fisher durante el siglo XX. Esta teoría se formalizó en una ecuación que mostraba que el nivel general de precios era igual a la cantidad de dinero multiplicada por su 'velocidad de circulación' y dividida por el volumen de transacciones. Existe una visión alternativa de

esta teoría, conocida como la versión de Cambridge, que define la demanda de dinero en función del nivel de precios, de la renta y del volumen de transacciones.

Durante la década de 1970, sobre todo durante el periodo en que el pensamiento económico estuvo dominado por las ideas de Milton Friedman y la escuela de Chicago, se analizaba la demanda de dinero de los individuos de igual forma que la de cualquier otro bien -la demanda depende de la riqueza de cada individuo y del precio relativo del bien en cuestión. En concreto, se consideraba que la solicitud de dinero dependía de una serie de variables, incluyendo la riqueza (que se puede estimar considerando el nivel de ingresos), la diferenciación de la fortuna personal entre capital humano y no humano (el primero tiene mucha menos liquidez que el segundo), el nivel de precios, la tasa de rendimiento esperado de otros activos (que depende a su vez del tipo de interés y de la evolución de los precios) y de otras variables determinantes de la utilidad que reporta la mera posesión del dinero.

Al considerar que el dinero es una parte de la riqueza de las personas se está suponiendo que éstas intentarán eliminar la diferencia entre la cantidad de dinero real (es decir, el dinero nominal dividido por el nivel general de precios) que tienen y la cantidad que quieren tener disponible, comprando o vendiendo activos y pasivos -por ejemplo, la adquisición de bonos- o cambiando el flujo de ingresos y gastos. Los keynesianos tienden a subrayar el primer método de ajuste, mientras que los primeros monetaristas destacan la importancia del segundo; los monetaristas actuales tienden a aceptar la validez de ambos métodos.

Por tanto, la idea básica de la economía monetarista consiste en analizar en conjunto la demanda total de dinero y la oferta monetaria. Las autoridades económicas tienen capacidad y poder para fijar la oferta de dinero nominal (sin tener en cuenta los efectos de los precios) ya que controlan la cantidad que se imprime o acuña así como la creación de dinero bancario. Pero la gente toma decisiones sobre la cantidad de efectivo real que desea obtener. Veamos cómo se produce el ajuste entre oferta y demanda. Si, por ejemplo, se crea demasiado dinero, la gente intentará eliminar el exceso comprando bienes o activos (ya sean reales o financieros). Si la economía está en una situación de pleno empleo, el aumento del gasto o bien incrementará los precios de los productos nacionales o bien provocará un déficit de balanza de pagos que hará que el tipo de cambio se deprecie, aumentando así el precio de los bienes importados.

En ambos casos, esta subida provocará una reducción de la cantidad de dinero real disponible. A medida que se compran activos financieros como los bonos, el aumento del precio de éstos reduce el tipo de interés que, a su vez, estimula la inversión, y por tanto el nivel de actividad económica.

El aumento de ésta, y por tanto de los ingresos, incrementa la petición de dinero. Así, la demanda total de dinero real se igualará con el exceso de oferta gracias al aumento de los precios (que reduce el dinero real en circulación) y de los ingresos (que potencia la demanda de saldos monetarios).

Otro principio del monetarismo es que los niveles deseados de saldos monetarios reales tienden a variar con lentitud, mientras que los cambios de los saldos nominales son instantáneos y dependen de la actuación de las autoridades monetarias. Esta afirmación implica que las variaciones de los precios o los ingresos nominales responden, por obligación, a alteraciones en la oferta de dinero, lo que constituye el punto de partida de la tesis de Friedman según la cual la inflación es sólo un fenómeno monetario. En otras palabras, la demanda de saldos monetarios reales es estable y depende sobre todo de la riqueza real (aunque, a corto plazo, depende también de otras variables). Las variaciones en la oferta de saldos reales provienen de cambios en la oferta de dinero o de modificaciones en los precios. Si se producen estos cambios, los individuos intentarán volver a la situación inicial mediante los mecanismos de ajuste antes mencionados, que, a su vez, tendrán efectos a corto plazo sobre la economía. Algunas escuelas monetaristas no están de acuerdo con la existencia de estos efectos debido a los principios de las 'expectativas racionales' que afirman que las variaciones de los precios se anticipan y producen en el acto, por lo que ningún agente económico tiene motivos para reaccionar y variar su oferta o demanda de bienes o de trabajo.

UTILITARISMO:

Utilitarismo, la doctrina según la cual lo que es útil es bueno, y por lo tanto, el valor ético de la conducta está determinado por el carácter práctico de sus resultados. El término utilitarismo se aplica con mayor propiedad al planteamiento que sostiene que el objetivo supremo de la acción moral es el logro de la mayor felicidad para el más amplio número de personas. Este objetivo fue también considerado como fin de toda legislación y como criterio último de toda institución social. En general, la teoría utilitarista de la ética se opone a otras doctrinas éticas en las que algún sentido interno o facultad, a menudo denominada conciencia, actúa como árbitro absoluto de lo correcto y lo incorrecto. El utilitarismo está asimismo en desacuerdo con la opinión que afirma que las distinciones morales dependen de la voluntad de dios y que el placer que proporciona un acto al individuo que lo lleva a cabo es la prueba decisiva del bien y del mal.

El utilitarismo fue enunciado en su expresión más característica por el teólogo británico William Paley en sus principios de moral y filosofía política (1785) y por el jurista y filósofo

británico Jeremy Bentham en su introducción a los principios de moral y legislación (1789). En la obra de Paley, el utilitarismo se combina tanto con el hedonismo individualista como con el autoritarismo teológico, y así queda expuesto en su definición de virtud como el "hacer (el) bien a la humanidad, por obediencia a la voluntad de dios, y por la felicidad eterna". Bentham empleó la teoría utilitarista como base, no sólo de un sistema ético, sino también de reformas políticas y legales. Mantenía la necesidad de sacrificar pequeños intereses a causas más altas o, en todo caso, de no sacrificar intereses mayores a otros menores, y por ello propuso como el objetivo ético esencial de la sociedad humana la mayor felicidad del mayor número de personas.

Bentham trató de aclarar la doctrina del utilitarismo comparándola con la doctrina del ascetismo por un lado, y con la teoría de la simpatía y la antipatía, por otro. Definió el ascetismo como el principio de que se debía renunciar al placer y padecer el dolor, sin esperanza de recompensa alguna. Mantenía que la teoría de la simpatía y la antipatía estaba basada en el "principio que aprueba o desaprueba ciertas acciones, no por su tendencia a aumentar la felicidad, ni por su tendencia a disminuir la felicidad del grupo cuyos intereses están en cuestión, sino por un motivo más simple, porque una persona se halla a sí misma dispuesta a aprobarlos o desaprobarlos: manteniendo que la aprobación o desaprobación son razones suficientes en sí mismas, y rechazando la necesidad de buscar alguna razón extrínseca".

En su exposición de la teoría del utilitarismo, no obstante, Bentham tomó como postulado "cuatro leyes u orígenes de dolor y placer", a saber, el físico, el moral, el religioso y el político. El origen físico, según Bentham, fundamenta todos los demás principios. Más tarde trató de concebir una escala de placeres y dolor, clasificándolos en términos de intensidad, pureza, duración, proximidad o lejanía, certeza, productividad y considerando el grado en que placer y pena están compartidos por el mayor número de personas.

NACIONALISMO:

Doctrina ideológica que considera la creación de un estado nacional condición indispensable para realizar las aspiraciones sociales, económicas y culturales de un pueblo. El nacionalismo se caracteriza ante todo por el sentimiento de comunidad de una nación, derivado de unos orígenes, religión, lengua e intereses comunes. Antes del siglo xviii, momento de surgimiento de la idea de estado nacional moderno, las entidades políticas estaban basadas en vínculos religiosos o dinásticos: los ciudadanos debían lealtad a la iglesia o a la familia gobernante.

Inmersos en el ámbito del clan, la tribu, el pueblo o la provincia, la población extendía en raras ocasiones sus intereses al espacio que comprendían las fronteras estatales.

Desde el punto de vista histórico, las reivindicaciones nacionalistas se generaron a raíz de diversos avances tecnológicos, culturales, políticos y económicos. Las mejoras en las comunicaciones permitieron extender los contactos culturales más allá del ámbito del pueblo o la provincia. La generalización de la educación en lenguas vernáculas a los grupos menos favorecidos les permitió a éstos conocer sus particularidades y sentirse miembros de una herencia cultural común que compartían con sus vecinos, y empezaron así a identificarse con la continuidad histórica de su comunidad. La introducción de constituciones nacionales y la lucha por conseguir derechos políticos otorgaron a los pueblos la conciencia de intentar determinar su destino como nación. Al mismo tiempo, el crecimiento del comercio y de la industria preparó el camino para la formación de unidades económicas mayores que las ciudades o provincias tradicionales.

La mayor parte de las naciones modernas se han desarrollado de modo gradual sobre la base de unos vínculos compartidos, tales como la historia, la religión y la lengua. Sin embargo, existen algunas excepciones muy llamativas como Suiza, estados unidos, Israel y la India.

Suiza es un estado donde no se llegó a producir nunca una comunidad lingüística o religiosa. Entre los helvéticos se encuentran católicos y protestantes; tampoco poseen un misma lengua, ya que se habla francés, alemán, rético o italiano según el cantón de que se trate. El nacionalismo suizo surgió por su aislamiento geográfico en una región montañosa y por el deseo de mantener su independencia política frente a otros estados que pretendían conquistarla.

Estados unidos se configuró como estado nacional a través de la colaboración de inmigrantes de diferentes religiones y procedencias, que sólo compartían un mismo deseo de libertad religiosa, económica y política. Aunque sólo se hablaba una lengua, el nacionalismo estadounidense se basó ante todo en un compromiso con la idea de la libertad individual y de la existencia de un gobierno representativo, según la tradición británica. Lo que en gran Bretaña se consideraba el derecho por nacimiento de los británicos, en estados unidos se convirtió, gracias a la influencia del siglo de las luces, en el derecho natural de cualquier persona. La declaración de independencia culminó esta ética de las libertades.

Israel se constituyó como estado a partir de la inmigración de diferentes grupos nacionales de judíos que compartían un ideal común basado en un nacionalismo de origen religioso que se remontaba a casi 2.000 años. Como resultado del genocidio cometido por la Alemania nacionalsocialista antes y durante la ii guerra mundial, la reivindicación de un estado por parte

de los judíos cobró de pronto una importante fuerza. Más de un millón de refugiados procedentes de muchos países emigraron a palestina. Aprendieron hebreo, el recuperado idioma nacional, e implantaron un nuevo estado que proclamó el judaísmo como religión oficial. Sin embargo, la mayoría de la población judía que vive en la diáspora sigue siendo un grupo religioso minoritario en los países en que reside.

La India es un Estado en el que el hinduismo actuó tradicionalmente como elemento de cohesión entre los heterogéneos pueblos de distintas lenguas, religiones y etnias que en ella habitaban. La India alcanzó la unidad nacional a través de la influencia de ideas occidentales, y sobre todo durante su lucha contra la dominación británica.

Los inicios del nacionalismo moderno se remontan hasta la desintegración, al final de la edad media, del orden social feudal y de la unidad cultural (en especial la religiosa) de varios estados europeos. La vida cultural europea estaba basada en la herencia común de ideas y actitudes transmitidas a través del latín, el idioma de las clases con formación. Todos los europeos occidentales profesaban entonces la misma religión: el catolicismo. El derrumbe del sistema social y económico dominante, el feudalismo, vino acompañado del desarrollo de comunidades más grandes, interrelaciones sociales más amplias y dinastías que favorecieron los valores nacionales para conseguir apoyos a su dominación. El sentimiento nacional se vio reforzado en algunos países durante la reforma, cuando la adopción del catolicismo o del protestantismo como religión nacional actuó como fuerza de cohesión colectiva adicional.

Comentario:

Cada uno de estos modelos económicos tiene principios, políticas, estrategias, tácticas y acciones orientadas a la economía de los países desde su propia óptica. En todos de una u otra forma se promociona la institucionalidad y la participación. Resulta adecuado presentar las teorías porque permite incrementar la cultura del Graduando.

2.1.2. TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN

Interpretando a Chiavenato (2012)⁹, la administración empresarial es una entidad abstracta dirigida por un sistema racional de la autoridad, que justifica su existencia a través del logro de sus objetivos. Añadió que si la administración empresarial desea obtener objetivos administrativos, debe coordinar los recursos con que cuenta, por lo cual el administrador está obligado a prever, organizar, mandar, coordinar y controlar. Al respecto se tiene que la: i)

⁹ Chiavenato, Idalberto (2012) Teoría General de la Administración. Santa Fe de Bogotá-Colombia. Mc. Graw Hill Interamericana SA. Págs. 120-168.

Previsión. Se entiende la previsión como el acto de examinar el futuro. La describe en términos de fijar objetivos, tomar decisiones y establecer planes de acción; ii) **Organización.** La etapa de organización consiste en formular una estructura (normas más o menos sólidas de una cosa) dual (material y humana) que conforme la entidad; iii) **Dirección-mando.** La etapa del mando o de dirección es la que hace funcionar los planes y la organización. Señala que el administrador que manda debe: Tener un conocimiento completo de su personal; Eliminar lo inoperante; Estar bien informado sobre los acuerdos que obligan al negocio y a sus empleados; Dar un buen ejemplo; Realizar auditorías periódicas de la organización y usar diagramas representativos para estudiarlos; Unir a los asistentes del jefe, a través de conferencias, para definir unidades de dirección y fijar objetivos; iv) **Coordinación.** La etapa de la coordinación consiste en reunir toda la información, en busca de cohesión y unificación; v) **Control.** En esta etapa se debe verificar el resultado con el plan original. A partir de ese análisis se puede replantear la gestión administrativa.

Entre varios principios que rigen la administración se tiene los 14 principios establecidos por Fayol: i) División del trabajo. Consiste en la especialización de las tareas. El trabajo debe organizarse de tal forma que permita esa especialización, para Producir más y mejor con el mismo esfuerzo”. Señala que la división del trabajo corresponde al orden natural; ii) Autoridad y responsabilidad. Fayol da mucha importancia a este principio, y dice que “No se concibe la autoridad sin la responsabilidad” y que “la responsabilidad es un corolario de la autoridad, su consecuencia natural, su contrapeso indispensable”. Define a la autoridad como “el derecho de mandar y el poder de hacerse obedecer”; iii) Disciplina. Fayol, desde este principio, predica la obediencia, la asiduidad, la actividad, la presencia de signos exteriores de respeto conforme a las convenciones establecidas entre la empresa y sus agentes; iv) Unidad de mando; v) De todos los principios, Fayol destaca éste como uno de los más importantes. El principio dice que un colaborador no debe recibir órdenes de más de un superior. En todas las asociaciones humanas, en la industria, en el comercio, en el ejército, en la familia, en el Estado, la “Dualidad de mando” es una fuente perpetua de conflictos, a veces, muy graves; vi) Unidad de dirección. Fayol también consideró fundamental el principio de unidad de dirección y lo expresó así: Un solo Ser y un solo programa para el conjunto de operaciones que tiendan al mismo fin. Ésta es la condición necesaria de la unidad de acción, de la coordinación de las fuerzas, de la convergencia de los esfuerzos. Fayol recomienda no confundir unidad de dirección (un solo programa) con unidad de mando (un hombre no debe recibir órdenes sino de un jefe); vii) Subordinación del interés individual al general. Con relación a este principio, Fayol dice que debe prevalecer el interés del grupo, de la

organización, ante el interés personal, y anota: “Parecería que este concepto no debería ser recordado, pero la ignorancia, la ambición, el egoísmo, la pereza, las debilidades y todas las pasiones humanas tienden a hacer perder de vista el interés general en provecho del interés particular. Es ésta una lucha perpetua”; viii) Remuneración al personal. Este principio, como lo redactó Fayol, parece no indicar nada nuevo, ya que, salvo en la esclavitud, siempre se ha tenido que pagar algo por el trabajo humano. Fayol quiso destacar que el salario debe ser “Justo y equitativo, en lo que sea posible”; ix) Descentralización vs. Centralización. Fayol quiso decir que los jefes pueden delegar funciones en sus subordinados, en la medida en que sea posible, de acuerdo con la función, el subordinado y la carga de trabajo del supervisor y del inferior. Aclara más este punto cuando dice: “Si el valor del jefe, sus fuerzas, su inteligencia, su experiencia y la rapidez de sus concepciones le permiten extender mucho su acción personal, podrá llevar lejos la centralización y reducir a sus empleados al papel de simples agentes de ejecución. Si, por el contrario, conserva el privilegio de dar las directrices generales y prefiere recurrir más a la experiencia, al criterio o al consejo de sus colaboradores, puede efectuar una amplia descentralización”; x) Jerarquía. En su principio de jerarquía, llamado también de la “Cadena de mando”, incluyó los niveles de comunicación y autoridad que deben respetarse para evitar conflictos e ineficiencias. Señaló que el abuso en esta materia puede, a su vez, provocar lentitud administrativa o burocratismo; xi) El orden. Es conocida la fórmula: “Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar”. En el orden social sería: “Un lugar para cada persona y cada persona en su lugar”. El orden es clasificar la información y realizar las actividades de un procedimiento en la secuencia preestablecida; xii) La equidad. En el principio de equidad, Fayol establece que todo superior debe ser justo. Explica que usa la palabra “Equidad” en lugar de “Justicia” para no establecer aquí relación con el orden legal y referirse más que nada a la bondad como opuesta a la rigidez. Sin embargo, la justicia no es rígida. El juez debe tener la voluntad constante de ser equitativo; xii) Estabilidad del personal. Fayol destaca la estabilidad del personal y la relaciona con el desarrollo que el empleado o miembro tiene en el aprendizaje y dominio de su trabajo. Luego sostiene que: “Si el agente es desplazado cuando apenas ha concluido el período de aprendizaje, antes de que éste termine, no habrá tenido tiempo de rendir un trabajo apreciable. Y si la misma situación se repite indefinidamente, la función nunca será desempeñada a satisfacción.” Esta orientación es muy importante y valiosa para las organizaciones donde la rotación de personal es muy frecuente; xiii) La iniciativa. Fayol destaca la importancia que tiene la creatividad para el desarrollo de las organizaciones. Si las entidades no aprovechan la iniciativa de sus colaboradores, serán estáticas y de corta vida, porque serán superadas por otras organizaciones. La iniciativa ha

jugado un papel muy importante en el desarrollo de la humanidad; xiv) Unión del personal. Fayol también aborda la importancia que tiene la unidad de personal para crear espíritu de grupo. En la actualidad, diversas investigaciones administrativas destacan la importancia creciente de la cohesión del personal.

Fayol detecta y describe seis diferentes funciones en las organizaciones industriales: a. Técnica: la función de producir y mantener la planta; b. Comercial: compra, venta e intercambio; c. Financiera: búsqueda y uso óptimo del capital; d. Contable: balance de operación, inventarios, costos; e. De seguridad: protección de personas y propiedad; f. Administrativa; proceso administrativo, o sea, planear, organizar, mandar, coordinar y controlar. La función técnica o de producción debe planear, organizar, dirigir, coordinar, controlar y, además, dar seguridad. Fayol destacó como superior la función administrativa elevándola de nivel en relación con las otras, criterio que no es aceptado en la actualidad. Además, evitó señalar una función que atendiera todos los asuntos del personal como hoy se hace en todas las organizaciones.

Analizando a Chiavenato (2012)¹⁰, el proceso administrativo de toda empresa implica diversas fases: Planificación, organización, Dirección y Control (todos coordinados). **La Planificación o planeación** es un proceso racional de toma de decisiones por anticipado, que incluye la selección de los cursos de acción que debe seguir una empresa y cada unidad de la misma para conseguir determinados objetivos del modo más eficiente. **La Organización** comprende el establecimiento de una estructura global, formalizada, permanentemente y roles para las personas que integran la empresa. **La Dirección** es la función administrativa que trata de influir en las personas de la organización, para que, de forma voluntaria y con interés, contribuyan al logro de su unidad funcional y los objetivos de la empresa. **El Control** es la actividad de seguimiento encaminada a corregir las desviaciones que puedan darse al respecto de los objetivos. El control se ejerce con referencia a los planes, mediante la comparación regular y sistemática de las previsiones habidas respecto de los objetivos.

El enfoque típico de la escuela de la administración científica es el énfasis en las tareas. El nombre administración científica se debe al intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración, con el fin de alcanzar elevada eficiencia industrial. Los

¹⁰ Chiavenato, Idalberto (2012) Teoría General de la Administración. Santa Fe de Bogotá-Colombia. Mc. Graw Hill Interamericana SA. Págs. 210-218.

principales métodos científicos aplicables a los problemas de la administración son la observación y la medición. La escuela de la administración científica fue iniciada en el comienzo de este siglo por el ingeniero mecánico americano Frederick W. Taylor, considerado el fundador de la moderna Teoría General de la Administración (TGA). El panorama industrial en el inicio de este siglo tenía todas las características y elementos para poder inspirar una ciencia de la administración: una variedad inmensa de empresas, con tamaños altamente diferenciados, problemas de bajo rendimiento de la maquinaria utilizada, desperdicio, insatisfacción generalizada entre los operarios, competencia intensa pero con tendencias poco definidas, elevado volumen de pérdidas cuando las decisiones eran mal tomadas, etc. Inicialmente los autores clásicos pretendieron desarrollar una ciencia de la administración cuyos principios en sustitución a las leyes científicas, pudiesen ser aplicados para resolver los problemas de la organización.

Frederick Wilson Taylor (1856-1915), fundador de la administración científica, nació en Filadelfia, Estados Unidos. Procedía de una familia de principios rígidos y fue educado dentro de una mentalidad de disciplina, devoción al trabajo y al ahorro. En aquella época estaba de moda el sistema de pago por pieza o por tarea. Esto llevó a Taylor a estudiar el problema de la producción en sus mínimos detalles, pues, gracias a su progreso en la compañía, no quería decepcionar a sus patrones, ni decepcionar a sus compañeros de trabajo, quienes deseaban en el entonces jefe de taller no fuese duro con ellos en el planteamiento del trabajo por pieza. Taylor inició las experiencias que lo harían famoso, donde intentó aplicar sus conclusiones, venciendo una gran resistencia a sus ideas. En la Primera etapa de Taylor, se tiene las experiencias y estudios a partir del trabajo del obrero, y más tarde, generalizó sus conclusiones para la administración. 1895; "A note on belting". "A piece Rate system". 1903: "Shop Management". Se preocupa por las técnicas de racionalización del trabajo del obrero, a través del estudio de tiempos y movimientos (Motion-Time-Study). En esta publicación Taylor expresa: Salarios altos y bajos costos unitarios de producción; Aplicar métodos científicos al problema global, con el fin de formular principios y establecer procesos estandarizados; Los empleados deben ser dispuestos científicamente en servicios o puestos de trabajo donde los materiales y las condiciones laborales sean seleccionados con criterios científicos, para que así las normas sean cumplidas; Los empleados deben ser entrenados científicamente para perfeccionar sus aptitudes; Debe cultivarse una atmósfera cordial de cooperación entre la gerencia y los trabajadores. En la Segunda Etapa de Taylor 1911 se tiene los: "Principios de Administración Científica". La racionalización del trabajo productivo debería estar acompañada por una estructura general de la empresa que hiciese coherente la aplicación de

sus principios. Racionalización del trabajo. “Entre los diferentes métodos e instrumentos utilizados en cada trabajo existe siempre un método más rápido y un instrumento más adecuado que los demás, estos métodos e instrumentos se encuentran y perfeccionan mediante un análisis científico, y depurado estudio de tiempos y movimientos, en lugar de dejarlos a criterio personal de cada operario. Ese intento de sustituir métodos empíricos y rudimentarios por los métodos científicos en todos los oficios recibió el nombre de organización racional del trabajo (ORT).

TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

Interpretando a Johnson & Scholes (2012)¹¹, La planeación o planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos. La visión es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse. La misión es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de la empresa. Por otro lado, los valores son cualidades positivas que poseen una empresa, tales como la búsqueda de la excelencia, el desarrollo de la comunidad, el desarrollo de los empleados, etc. Tanto la misión como los valores le dan identidad a la organización.

El análisis externo consiste en detectar y evaluar acontecimiento y tendencias que sucedan en el entorno de la empresa, con el fin de conocer la situación del entorno, y detectar oportunidades y amenazas. Para el análisis externo se evalúan las fuerzas económicas, sociales, gubernamentales, tecnológicas; así como la competencia, los clientes y los proveedores de la empresa. Se evalúan aspectos que ya existen, así como aspectos que podrían existir (tendencias). El análisis interno consiste en el estudio de los diferentes aspectos o elementos que puedan existir dentro de una empresa, con el fin de conocer el estado o la capacidad con que ésta cuenta, y detectar sus fortalezas y debilidades. Para el análisis interno se evalúan los recursos que posee una empresa, ya sean financieros, humanos, materiales, tecnológicos, etc. Los objetivos generales se refieren a los objetivos que definen el rumbo de la empresa, los cuales siempre son de largo plazo. Una vez realizado los análisis externos e internos de la empresa, se procede a establecer los objetivos

¹¹ Johnson Gerry y Scholes, Kevan. (2012) Dirección Estratégica. Madrid: Prentice May International Ltd. Págs. 72-79.

que permitan lograr la misión, y que permitan capitalizar las oportunidades externas y fortalezas internas, y superar las amenazas externas y debilidades internas. Estos objetivos se establecen teniendo en cuenta los recursos o la capacidad de la empresa, así como la situación del entorno.

Una vez que se han establecido los objetivos generales de la empresa, se procede a diseñar, evaluar y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar, de la mejor manera posible, dichos objetivos. El proceso para diseñar, evaluar y seleccionar estrategias es el siguiente: i) Se evalúa información sobre el análisis externo (la situación del entorno), se evalúa información sobre el análisis interno (los recursos y la capacidad de la empresa), se evalúa el enunciado de la misión y los valores, se evalúan los objetivos, y se evalúan las estrategias que se hayan utilizado anteriormente, hayan tenido o no buenos resultados; ii) Se diseña una serie manejable de estrategias factibles, teniendo en cuenta la información analizada en el punto anterior; iii) Se evalúan las estrategias propuestas, se determinan las ventajas, las desventajas, los costos y los beneficios de cada una; iv) Se seleccionan las estrategias a utilizar, y se clasifican por orden de su atractivo.

Una vez que se ha determinado las estrategias que van a utilizar, se procede a diseñar los planes estratégicos, que consisten en documentos en donde se especifica cómo es que se van a alcanzar los objetivos generales propuestos, es decir, cómo se van a implementar o ejecutar las estrategias formuladas. En el plan estratégico se debe señalar: cuáles serán los objetivos específicos que permitan alcanzar los objetivos generales; cuáles serán las estrategias específicas o cursos de acción que se van a realizar, que permitan alcanzar los objetivos específicos; qué recursos se van a utilizar, y cómo es que se van a distribuir; quiénes serán los encargados o responsables de la implementación o ejecución de las estrategias; cuándo se implementarán o ejecutarán las estrategias, y en qué tiempo se obtendrán los resultados, cuánto será la inversión requerida para la implementación o ejecución de las estrategias.

El proceso de planeación estratégica comprende el desarrollo secuencial de las siguientes fases: i) La Fase Filosófica: expresada en su declaración de los valores estratégicos, la visión y la misión; ii) La Fase Analítica: que consiste en el análisis del entorno general y del sector, denominado ambiente externo en el cual se desenvuelve la empresa a fin de identificar las oportunidades y amenazas; y el análisis de la realidad interna de la organización, cuya finalidad es determinar las fortalezas y debilidades, comprendiendo el diagnóstico de los recursos, capacidades y aptitudes centrales de la organización; iii) La

Fase Operativa: que consiste en la determinación de los objetivos estratégicos y la determinación de las estrategias y cursos de acción fundamentados en las fortalezas de la organización y que, al mismo tiempo, neutralicen sus debilidades, con la finalidad de aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas; iv) La Fase de Acción, Desarrollo y Evaluación: que básicamente consiste en la implementación del plan, el sistema de seguimiento y evaluación del mismo, lo que incluye la selección de indicadores de resultado e impacto para la medición del desempeño de la organización, la especificación de los valores a alcanzar para cada indicador y la estimación de los recursos financieros indispensables. Estas cuatro fases interactúan estática y dinámicamente. Así, el análisis de las fortalezas y debilidades se realizan respecto de las oportunidades y amenazas externas, y ambos componentes de la fase analítica adquieren sentido únicamente en relación a la misión y visión de la organización. Si no hay suficiente coincidencia entre la misión de la organización, sus capacidades y las demandas del entorno, entonces estaremos frente a una organización que desconoce su real utilidad. Por el contrario un claro sentido de lo que es la misión permite guiar las decisiones sobre qué oportunidades y amenazas considerar, y cuáles desechar. Un efectivo plan estratégico ayuda a balancear estas tres fuerzas, a reconocer potencialidades y limitaciones, a aprovechar los desafíos y a encarar los riesgos. Los objetivos están ligados a las estrategias, las políticas y estructuras organizacionales necesarios para su logro y deben ser evaluados permanentemente para extender o acortar su vigencia o simplemente reemplazarlos por otros objetivos, los cuales a la larga podrían llevar a una nueva formulación de la filosofía de la organización.

Analizando a Chiavenato (2012)¹², la planeación estratégica es un proceso participativo, que da coherencia, unidad e integridad a las decisiones de las empresas y facilita la administración por resultados. No puede resolver todas las incertidumbres, pero permite trazar una línea de propósitos para actuar en entornos dinámicos y cambiantes, permitiendo tomar las medidas y correcciones necesarias para alcanzar los objetivos que se ha trazado la organización. La convicción en torno a que el futuro deseado es posible, permite la construcción de una comunidad de intereses entre todos los involucrados en el proceso de cambio, lo que resulta ser un requisito básico para alcanzar las metas propuestas. El proceso de planeación así entendido, debe comprometer a la mayoría de los miembros de una

¹² Chiavenato, Idalberto (2012) Teoría General de la Administración. Santa Fe de Bogotá-Colombia. Mc. Graw Hill Interamericana SA. Págs. 331-336.

organización, ya que su legitimidad y el grado de adhesión que concite en el conjunto de los actores dependerán en gran medida del nivel de participación con que se implemente.

Para Steiner (2012)¹³, la planeación estratégica, como proceso, consiste en la definición de la orientación a largo plazo de las empresas, establecimiento de determinados objetivos de desempeño, desarrollo de estrategias para alcanzarlos, a la luz de todas las circunstancias externas e internas relevantes, y ejecución de los programas de acción elegidos. En consecuencia, podemos señalar que la Planeación Estratégica es un esfuerzo organizacional, definido y disciplinado que busca que las empresas definan con la mayor claridad posible su misión y la visión que tienen de esta en el mediano y largo plazo, constituyéndose en una herramienta poderosa que posibilita la adaptación de la organización a ambientes complejos, exigentes, cambiantes y dinámicos logrando el máximo de eficiencia, eficacia y calidad en la prestación de sus productos y servicios. Mediante el Planeamiento Estratégico se desarrolla y agudiza la capacidad de las organizaciones e instituciones para observar y anticiparse a los desafíos y oportunidades que se generan, tanto de las condiciones externas de la organización, como de su realidad interna. Como ambas fuentes de cambio son dinámicas, este proceso es también dinámico.

Interpretando a Robbins & Coulter (2012)¹⁴, la planeación estratégica es una carta de navegación sobre el curso que se estime más apropiado para las empresas comerciales. Una de las funciones instrumentales de la planeación estratégica es hacer un balance entre tres tipos de fuerzas, que responden a su vez a distintas preguntas: La misión de la organización: ¿Cuál es el sentido de la entidad o empresa? Las oportunidades y amenazas que enfrenta la organización y que provienen del medio externo: ¿Cuáles serán las demandas que nos planteará el entorno? ¿Qué tipo de dificultades y obstáculos pueden entorpecer nuestra capacidad de respuesta? Las fortalezas y debilidades del ambiente interno de la organización: ¿Qué es lo que somos capaces de hacer? ¿Qué elementos de nuestra estructura interna podrían mostrarse inadecuados a la hora de una mayor exigencia productiva? Si no hay suficiente coincidencia entre la misión de la organización, sus capacidades y las

¹³ Steiner George (2012) Planeación Estratégica. México. Compañía Editorial Continental SA. De CV. Págs. 102-107.

¹⁴ Robbins Stephen & Coulter Mary (2012) Administración. México. Prentice Hall Hispanoamericana, SA. Págs. 117-121.

demandas del entorno, entonces estaremos frente a una organización que desconoce su real utilidad. Por el contrario un claro sentido de lo que es la misión permite guiar las decisiones sobre qué oportunidades y amenazas considerar, y cuáles desechar. Un efectivo plan estratégico ayuda a balancear estas tres fuerzas, a reconocer potencialidades y limitaciones, a aprovechar los desafíos y a encarar los riesgos. La planeación estratégica se ocupa de cuestiones fundamentales. La planeación estratégica da respuesta a preguntas como las siguientes: ¿En qué negocio se está y en qué negocio se debería estar? ¿Quiénes son los clientes y quienes deberían ser?• Ofrece un marco de referencia para una planeación más detallada y para decisiones ordinarias. El gerente al afrontar tales decisiones se preguntará: ¿Cuáles opciones serán las más adecuadas con nuestras estrategias? El desarrollo de un plan estratégico produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundará en eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para los miembros de la organización. Podemos decir que en líneas generales el Planeamiento Estratégico: Mejora el desempeño de la organización; Permite enfrentar los principales problemas de las organizaciones; Introduce una forma moderna de gestionar las organizaciones

Según Stoner (2012)¹⁵, la planeación estratégica genera fuerzas de cambio que evitan que las empresas sean deficientes, inefectivas y no competitivas. La planeación estratégica ayuda a las empresas a tomar el control sobre sí mismas y no sólo a reaccionar frente a reglas y estímulos externos. Se pueden identificar otras razones para emprender un proceso de planeamiento estratégico en el seno de una organización: El planeamiento estratégico permite a las empresas comerciales responder a una necesidad de trascendencia de la misma, para extender su viabilidad y contribución social en el tiempo; El planeamiento estratégico es también un proceso que permite despertar y movilizar las pasiones, emociones y los deseos de compromiso con una causa, de las personas que laboran en una organización; El proceso de planeamiento estratégico también permite focalizar o priorizar los asuntos u objetivos estratégicos principales que desea alcanzar una organización, descartando lo subsidiario o menos importante; El planeamiento estratégico también facilita la identificación o clarificación del propósito, finalidad, razón de ser y los mandatos fundamentales que debe cumplir una organización para satisfacer a sus accionistas o clientes

¹⁵Stoner, Freeman Gilbert (2012) Administración. México. Compañía Editorial Continental SA. De CV. Págs. 257-263

prioritarios y desarrollar actividades para cumplirlos, lo que a su vez contribuye a asegurar la supervivencia de la organización; Un plan estratégico es también una excelente forma de motivar y unir al personal de una organización en torno a una estrategia de consenso; Un plan estratégico facilita también el entendimiento entre las personas de una organización, al clarificar objetivos, prioridades y cursos de acción, así como precisar áreas de resultados e indicadores de desempeño; Finalmente, el contar con un plan estratégico permite que las comunicaciones entre los miembros de una organización sean más fluidas y efectivas, precisamente debido a que las voluntades están orientadas a objetivos y resultados bien definidos. El proceso facilita el establecimiento de espacios para desarrollar “conversaciones profundas y sostenidas” sobre temas de interés estratégico para la organización.

Comentario:

Todas las herramientas modernas de gestión como la estandarización, tiene su base en las teorías administrativas. Dichas teorías han sentado las bases para llevar a cabo sistemas de gestión de calidad como el ISO 9001. De este modo estas teorías ayudan al logro del objetivo de la investigación que es determinar la manera como el sistema de gestión ISO 9001 mejorará la calidad de los servicios turísticos y es posible mediante las políticas, estrategias y tácticas relacionadas con la gestión de recursos, la realización de los recursos, la medición, análisis, y mejora de los servicios institucionales.

2.1.3. TEORÍA GENERAL DEL TURISMO

De acuerdo con Hernández (2014)¹⁶; etimológicamente turismo deriva de la palabra latina "tornus" que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al "turismo". Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico. O sea, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un "tour" a determinado destino. Una definición del turismo muy simple y común es la tendencia natural del ser humano a cambiar de sitio para beneficiarse de las bondades de otros lugares distintos de aquel donde usualmente vive y descansar en ambiente agradable, para esparcimiento y recreación. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y

¹⁶ Hernández Celis, Domingo (2014) Turismo, motor de desarrollo económico y social. Lima. USMP. Pássim.

estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. También se podría definir el turismo diciendo que es un fenómeno socio-económico que influye de gran manera en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, o que es el movimiento de humanos para intercambiar conocimientos, cultura, aventuras, credos, idiomas, etc... El turismo es inevitable y no se puede evadir. Si el turismo se asoma a una región con condiciones turísticas y esta lo evade, se convierte en perjudicial y se revierte en contra de tal región.

En el contexto del turismo, el viajero existe desde la antigüedad, desde sus orígenes el hombre se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes sitios. Tres motivaciones empujan al hombre a viajar: i) El interés político o comercial; La necesidad de coexistencia entre las diferentes tribus o Estados, era causa de desplazamiento entre lugares alejados unos de otros. También los mercaderes viajaban en busca de nuevos productos. Los griegos fundaron colonias en las costas del Mar Negro y comerciaban con las poblaciones lejanas, los fenicios con los pueblos de las costas de África los árabes transportaban desde china productos de lujo a Egipto e Italia, los mercaderes de Roma se desplazaban en busca de productos y recorrían las costas y las caravanas seguían interminables rutas terrestres; ii) La curiosidad; empujaba a la gente a hacer largos viajes para conocer las costumbres e instituciones de otros pueblos; iii) El sentimiento religioso; hacia que se efectuaran peregrinaciones a los lugares de culto. Griegos y romanos iban a Delfos para oír el oráculo. Fuera de Europa, a partir del siglo VIII, la Meca atraía a los países islámicos. También los estudiantes viajaban para asistir a universidades como las de Bolonia, Paris, Roma, Palanca, etc. Hasta mediados del siglo XIX, solo viajaban por placer las personas que pertenecían a las clases privilegiadas. En la época de la ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de “Grand Tour”. Sin embargo es en la segunda mitad del siglo XX que surge el turismo como fenómeno de masas. Podríamos decir q este es una actividad nueva.

El invento del dinero por los sumerios y el auge del comercio que se inició en el año 4.000 a.C. (aprox.), tal vez señale el comienzo de la era moderna de los viajes. El hombre podía pagar por transporte o alojamiento ya sea con dinero o por trueque de bienes. Hace cinco mil años, los cruceros alrededor del mundo se organizaban y partían desde Egipto. Los primeros polinesios: Realizaron grandes viajes desde el sudeste de Asia a través de las isla Micronesia y Polinesia. Algunos viajes abarcaron desde Tahití hasta Hawái, una distancia superior a los 3, 200 kilómetros. Estos primeros viajes se llevaron a cabo en canoas muy primitivas. Los

pueblos del mediterráneo: Se desarrollaron viajes por negocios, comercios y propósitos religiosos. Los primeros viajes de placer tal vez los iniciaron los romanos, para admirar los templos famosos, también viajaban en días festivos a los juegos olímpicos y a los baños medicinales y centros de recreo a orillas del mar. En Asia menor, gracias a la instalación de un gobierno democrático en 334 a.c. cerca de 700.000 turistas arribaban a Efeso, (lo que ahora es Turquía) esta se convirtió en un importante centro comercial y una de las ciudades más famosas del antiguo mundo. Los europeos: La caída del imperio romano fue un desastre para el turismo en Europa, era peligroso y nadie relacionaba los viajes con el placer hasta finales de la edad media. Otro aspecto interesante del turismo fueron los spas, que en el siglo XVIII estaban de moda para la alta sociedad. A su vez se hicieron populares los baños de mar, para 1861, había en Inglaterra grandes balnearios a orillas del mar, lo cual indicaba una demanda para los viajes de vacaciones. Esas personas no pasaban la noche en la playa, hacían una excursión de ida y vuelta en el mismo día. Los hoteles estaban destinados para personas de alto nivel económico.

Los viajes en ferrocarril: Los ferrocarriles transportaban pasajeros por primera vez en el año 1825, estas aun no comprendían el alcance del negocio, las tarifas eran muy bajas hasta para las personas de pocos recursos. Mister Thomas Cook, el 5 de julio 1841 contrató un ferrocarril que transporto a 570 pasajeros en un viaje de ida y vuelta a Leicester, el precio era de un chelín por pasajero. Por ello se dice que Cook fue el primer agente de viajes por ferrocarril. Luego Bennett en 1850 estableció un negocio como “organizador de viajes”. Viajes por mar: Los barcos de mercado recogían pasajeros y mercancías en canales de navegación en Inglaterra desde el año de 1772. En 1822, Robert Smart, de Bristol, se proclamó como el primer agente de vapores. Comenzó a hacer reservaciones para pasajeros de barcos de vapor hacia los puertos del canal Bristol y Dublín. Para el año de 1841 las excursiones en barco eran numerosas.

Los estadounidenses: El extenso territorio norteamericano fue explorado por primera vez por los españoles en el siglo XVI. Los primeros viajes se llevaban a cabo a pie o a lomo de caballo o en canoas. Cuando se comenzaron a construir carreteras, el transporte por diligencias se popularizó y aparecieron los pequeños hoteles. Después de la Guerra Civil (1861-1865) la construcción de vías férreas hizo que los desplazamientos fueran más rápidos y seguros, y se popularizó el viaje por tren. En 1920 la construcción de carreteras y autopistas logró un sistema que une a todas las ciudades de 50.000 habitantes o más y estuvo terminado en 1980.

Los viajes por avión y por autobús también están muy generalizados y los estándares en los Estados Unidos se encuentran entre los más altos del mundo.

En los años cincuenta, el viaje fue más accesible, debido a los siguientes factores: la aparición del avión de países a reacción al término de la Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre, del desarrollo de las comunicaciones y los medios de transportes, otro factor, fue el crecimiento de las relaciones comerciales entre distintos mercados mundiales. Sobre el desarrollo del turismo nacional; este se vio favorecido por factores similares: la creciente utilización de transportes como el automóvil, las mejoras que se producían en el nivel de vida de los ciudadanos de los países más desarrollados permitiendo dedicar tiempo libre a nuevas formas de ocio. E intervenir en las infraestructuras de las ciudades para mejorar los desplazamientos y el acceso a una mayor información. Se ha registrado un crecimiento casi ininterrumpido a lo largo del tiempo. La actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico, distinguiéndose distintas etapas en su evolución: i) Desde los años cincuenta hasta la década de los ochenta, el número de viajes internacionales en el ámbito mundial duplicó cada diez años aproximadamente. En este periodo la demanda tuvo un continuo crecimiento; ii) En la década de los ochenta, alcanzó un mayor grado de madurez. Obtuvo un crecimiento más lento de la demanda y un exceso de oferta. El aumento medio de las llegadas turísticas internacionales a los destinos concretos creció a un ritmo más lento, en torno al 4,5% anual; ii) En el comienzo de la década de los noventa el turismo internacional no ha mostrado una tendencia clara en su crecimiento. No obstante, se registraron algunas disminuciones en las tasas de crecimiento en los años 1991 y 1993, debido a la fuerte recesión económica de los países industrializados a raíz de la guerra del Golfo. En la actualidad se siguen creando nuevos productos y la actividad turística se extiende a nuevas regiones donde comienza a consolidarse; iii) Las llegadas de turistas crecieron del 6,5% entre 1950 y 1996; mientras que en 1950 se registraron 25 millones de turistas, en 1996 la cifra es de 595 millones. Los mayores incrementos se produjeron en las décadas de los cincuenta y los sesenta, con crecimientos anuales medios del 10,6% y 9,1%, en las dos décadas siguientes creció del 5,7% y 4,4%, respectivamente. Los ingresos turísticos internacionales han pasado de 2,1 a 423 mil millones de dólares entre 1950 y 1996, con un mayor crecimiento en los 1970 y 1980, con un 19,3% y un menor incremento entre los 1980 y 1995, que fue de un 9,7%. Esto

no demuestra que pese a las recesiones económicas las familias continúan desviando parte de su renta al gasto en turismo, aplazando gastos en otros tipos de bienes.

El turismo ha mantenido unas tasas de crecimiento notables y muy superiores a las de otros sectores de la economía. Por la importancia del turismo como generadora de riquezas se ha considerado, como la segunda actividad mundial más importante tras la industria del petróleo. Teniendo en cuenta que en 2006 el turismo representó el 15,7% del Producto Bruto Interno (PIB) mundial, empleó a 255 millones de personas en el mundo, supuso 766 billones de dólares en nuevas instalaciones y equipamiento, y una recaudación de 653 billones de dólares en impuestos. Se estima que el turismo tendrá una producción mundial de 10,1 trillones de dólares en el año 2014. En la actualidad, el turismo es una industria mundial, muy pocos lugares no son atracciones turísticas. En términos económicos, también se ha elevado de forma constante la cantidad de dinero que gastan los turistas o viajeros. La perspectiva social tiene una similar importancia, ya que el turismo implica a menudo la relación entre personas de diferentes culturas. Y cuando esta relación se lleva cabo a la escala que el turismo ha alcanzado, resulta evidente el potencial para el impacto social y una mejor comprensión. El turismo ha recorrido un largo camino desde los tiempos de los sumerios y otros pueblos por motivos comerciales. Hoy en día se lo considera como una fuerza económico-social de grandes proporciones a nivel mundial. Para definir el turismo se deben tomar en cuenta a los diferentes grupos que participan y son afectados por esta industria. Se identifican cuatro perspectivas del mismo: El turista, El negocio que proporciona bienes y servicios turísticos, El gobierno de la comunidad anfitriona, La comunidad anfitriona. Para que el turismo logre el éxito en una región, estos cuatro factores deben tener una actitud positiva hacia la industria. La falta de armonía conducirá al retraso y evitaría que se desarrolle en todo su potencial.

Según Rivera (2014)¹⁷, en el marco del turismo como un desafío frente a la pobreza, las personas en condiciones de pobreza ejercen cada día su voluntad de sobrevivir, pero sin el apoyo ni las posibilidades de ascender por la escalera de las oportunidades. Imaginen hasta dónde podrían llevarlos sus propios esfuerzos si esa escalera estuviera en su lugar. Tenemos la responsabilidad colectiva de colocarla allí. La importancia del turismo en la reducción de la pobreza y la creación de puestos de trabajo no puede ni debe sobreestimarse. El turismo

¹⁷Rivera Sánchez, Roberto (2012) Turismo y pobreza. San Salvador. Editorial San Salvador. Pássim.

debe ser considerado cada vez más como una fuente importante de crecimiento económico, particularmente en los países en desarrollo. El desarrollo del turismo sostenible es uno de los desafíos que actualmente enfrentan muchos países en el Hemisferio Occidental, para quienes puede constituir una herramienta eficaz para el combate a la pobreza, aunque si bien se reconoce que el turismo, como actividad generadora de riqueza, contribuye significativamente al crecimiento económico de muchos países, el crecimiento económico no necesariamente reduce la pobreza. El desafío que se plantea es vincular el desarrollo del turismo sostenible en la lucha contra la pobreza, en particular la pobreza extrema, a partir de estrategias integrales, incluyentes, sostenibles y participativas, mediante la construcción de una nueva ruta estratégica del turismo en las Américas. El turismo es, a partir de ese planteamiento, una variable de desarrollo, diversificación económica, modernización e integración entre los sectores público y privado.

De acuerdo con la CEPAL, "La noción de pobreza expresa situaciones de carencia de recursos económicos o de condiciones de vida que la sociedad considera básicos de acuerdo con normas sociales de referencia que reflejan derechos sociales mínimos y objetivos públicos. Estas normas se expresan en términos tanto absolutos como relativos, y son variables en el tiempo y los diferentes espacios nacionales"

La Organización de las Naciones Unidas ha establecido que "El 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, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado".

El sector del turismo cuenta con un amplio espectro de posibilidades para contribuir con la lucha contra la pobreza, a nivel mundial, se ha establecido que el turismo representa más del 10 por ciento del PIB mundial y genera más de 230 millones de empleos. En los países en desarrollo, el turismo generó ganancias provenientes del extranjero mayores a 360 mil millones de dólares de los Estados Unidos en el año 2013, seis veces más de lo que se generó en 2000. El turismo es una actividad que impacta de manera importante, el ámbito cultural, social y económico de un país. Esto es así porque produce efectos en la balanza de pagos, en las inversiones y en la construcción, en el mejoramiento de los medios de transporte e infraestructura vial, lo que a su vez repercute en la generación de empleos en distintos niveles de la sociedad y en definitiva, en el bienestar de los miembros de nuestras sociedades. Si bien las condiciones descritas coadyuvan en el crecimiento económico de una

Nación, lo anterior no es, como ya se indico en la justificación del presente documento, una condición suficiente para la reducción de la pobreza. El desafío que encaran los Gobiernos y Pueblos de las Américas supone asegurar un crecimiento con equidad, e incluye entre otras acciones, la revisión y posibilidad de cambios a nivel de instituciones, leyes, normas y prácticas, para evitar que se continúe generando y perpetuando la pobreza. Comprende en el mismo sentido, gestiones público - privadas orientadas a permitir que los grupos social y económicamente vulnerables, puedan integrarse mejor a los procesos económicos y aprovechar las oportunidades para mejorar su bienestar económico y social.

Para la OEA, el éxito en el mantenimiento de los beneficios de turismo para contribuir a la mitigación (o al alivio) de la pobreza, sólo se puede lograr a través de la continua diversificación, innovación y actualización del producto de turismo, así como el fortalecimiento de capacidades e instituciones. Durante la Quinta Cumbre de las Américas celebrada en 2009, los Jefes y Jefas de Estado y de Gobierno declararon que para reducir la pobreza y el hambre, erradicar la pobreza extrema, crear trabajo decente y digno, y elevar el nivel de vida de todos los pueblos del Hemisferio, se deben lograr mayores niveles de desarrollo empresarial y de crecimiento económico sostenible con equidad; y que, sujeto a la legislación interna de cada país, continuarían promoviendo actividades económicas diversificadas en los sectores de energía, transporte, turismo, comunicaciones, servicios, servicios financieros y el sector agrícola. Bajo una perspectiva más amplia, es posible afirmar que los Países Miembros de la OEA están poblados por personas de diversos orígenes étnicos y culturales y ha sido considerado por varios como un mina de recursos culturales. Estos patrimonios, al igual que su historia y recursos naturales le dan al hemisferio, más allá del enfoque económico del turismo, una ventaja estratégica en la promoción de turismo cultural y ambiental.

Los Jefes de Estado y de Gobierno de las Américas, reconociendo la importancia del sector turismo en el continente, declararon en el Plan de Acción de la Cumbre de Miami que "el turismo es importante para nuestras economías y valioso en la promoción de la comprensión entre los pueblos de las Américas. Los gobiernos emprenderán iniciativas para estimular el turismo en el Hemisferio". Esta visión se ha fortalecido con los años y en la última Cumbre de las Américas, los Jefes y Jefas de Estado y de Gobierno declararon la necesidad de continuar haciendo un particular esfuerzo para promover el desarrollo sostenible de economías pequeñas y vulnerables del Hemisferio, mejorando su competitividad, el fomento de la capacidad humana e institucional, la infraestructura financiera y física, así como el

desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), y el desarrollo del sector empresarial y otros sectores económicos productivos, incluyendo el turismo

El Gobierno de El Salvador, a través del Ministerio de Turismo, ha asumido el compromiso de llevar adelante un conclave de Ministros y Máximas Autoridades de Turismo en el marco del XIX Congreso Interamericano de Turismo de la OEA, Conferencia Especializada de la Organización creada hace más de 70 años , con el propósito de fomentar el turismo en Las Américas, realizar estudios técnicos, mantener el contacto entre las organizaciones gubernamentales y el sector privado, considerar proyectos de cooperación técnica y prestar apoyo a los Estados miembros en sus actividades de desarrollo turístico. La visión del Gobierno de El Salvador es contar con el activo concurso de todos los Estados miembros de la OEA, a efecto de generar en el marco del XIX Congreso Interamericano de Turismo, un dialogo constructivo y propositivo entre actores públicos y privados del sector turístico de las Américas, a efecto de abordar distintos enfoques temáticos que en conjunto, permitan delinear las bases para la construcción de una nueva ruta estratégica del turismo en las Américas, asimismo, analizar los retos en materia de turismo a los que los Estados miembros de la OEA se enfrentarán en el futuro e identificar los compromisos de acción que faciliten el desarrollo sostenible del sector turístico, como herramienta para contribuir de manera efectiva y tangible a la lucha contra la pobreza. Como propuesta inicial se ha sugerido incorporar temas de impacto estratégico en la Agenda del XIX Congreso Interamericano de Turismo, siendo estos: Alianzas público-privadas para fortalecer un desarrollo turístico sostenible; 2) Turismo cultural y patrimonial como eje integrador de las comunidades; 3) Competitividad Empresarial y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ejes del desarrollo turístico sostenible; 4) Retos del turismo sostenible en las Américas

Desde el punto de vista de la Organización de las Naciones Unidas, el turismo es una de las industrias más grandes del mundo y uno de los sectores económicos con más rápido crecimiento. Tiene grandes impactos, tanto positivos como negativos, en la vida de las personas y en el ambiente. El concepto «turismo a favor de los pobres» es reciente. El Departamento para el Desarrollo Internacional (DFID) del Reino Unido acuñó la frase en los años noventa y varios Organismos de las Naciones Unidas la adoptaron en este siglo.

Según la Alianza del Turismo contra la Pobreza, el turismo a favor de los pobres es aquel turismo que da como resultado el aumento de las ganancias netas para las personas pobres. El turismo a favor de los pobres no es un producto específico o un sector nicho sino un acercamiento al desarrollo y la gestión del turismo. Mejora los vínculos entre los negocios

turísticos y las personas pobres para que aumente la contribución del turismo en la lucha contra la pobreza y que las personas pobres puedan participar de manera más efectiva en el desarrollo del producto. Si bien hay algunas pruebas empíricas que apoyan el nexo entre crecimiento del turismo, la expansión económica y en general la reducción de la pobreza, la evidencia de esta relación en América Latina y el Caribe, en el mejor de los casos, es escasa. El Congreso podría establecer el marco para una investigación más profunda de esta relación y el desarrollo de políticas públicas para examinar más formalmente el papel del turismo en apoyo de la reducción de la pobreza. El turismo genera ingresos significativos para muchos gobiernos a través de una variedad de impuestos. De hecho las actividades de viajes y turismo se mantienen como de las más altamente gravadas (impuestos a la habitación, a la propiedad de establecimientos turísticos, impuestos a los boletos aéreos, tasas aeroportuarias, impuestos sobre alimentos y bebidas, etc.). Los ingresos provenientes de esta fuente permiten a los gobiernos asistir en los esfuerzos de reducción a la pobreza a través de la redistribución de los recursos directamente a los sectores pobres, las inversiones en infraestructura social y económica y otras acciones en las comunidades más necesitadas. El tema sobre el poder redistributivo de los ingresos obtenidos de los impuestos recaudados fruto de las actividades en las industrias de viajes y turismo (el sector turismo) será considerado en el Congreso; y podrá incluir ejemplos de Estados miembros de la OEA donde este sistema está en funcionamiento.

La Organización Internacional del Trabajo ha concluido que un empleo en el sector del turismo principal crea cerca de un puesto y medio de trabajo adicional (indirecto) en la economía asociada al turismo. La economía general de los viajes y el turismo genera, tanto directa como indirectamente, más de 230 millones de puestos de trabajo, lo que representa un 8 por ciento de la mano de obra mundial. El Foro Económico Mundial (FEM) recientemente elaboró un estudio de competitividad sobre viajes y turismo. Según el informe, el sector del turismo genera la mayoría de los nuevos puestos de trabajo en los países en desarrollo. El turismo también es el principal exportador de servicios para varios países en desarrollo y tiene un gran potencial para brindarles ventajas competitivas. La Organización Mundial del Turismo ha respondido al reto de los Objetivos de Desarrollo del Milenio lanzando la iniciativa ST-EP, que se anunció en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo en 2002.

Denominada ST-EP (Turismo Sostenible para la Eliminación de la Pobreza), la iniciativa se centra en fortalecer las acciones precedentes de la Organización dirigidas a fomentar el

turismo sostenible -desde el punto de vista social, económico y ecológico- con actividades enfocadas específicamente a la reducción de la pobreza, que estimulen el desarrollo y consigan puestos de trabajo para los que viven con menos de un dólar al día. Desde sus inicios, el Programa ST-EP para las Américas priorizó la coordinación interinstitucional, bajo el establecimiento de consensos y de referencias en términos de políticas, acuerdos conceptuales y metodológicos, tanto a nivel regional como a nivel del país sede, con miras a consolidar el turismo sostenible como un factor dinamizador del desarrollo económico, cultural y social, bajo la participación del sector público y privado y de la cooperación internacional.

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. El turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles. Entre otros aspectos la actividad turística debería considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales. El reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de las estrategias turísticas, especialmente en los países en vías de desarrollo. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto público como privado. Esta concertación ha de basarse en mecanismos eficaces de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, representa un ámbito privilegiado para la cooperación. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige realizar un gran esfuerzo por crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados.

Los criterios de calidad, orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basados

en los principios del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y proyectos turísticos. Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino. En el Programa de Medio Ambiente en el Turismo de las Naciones Unidas, se establece que el desarrollo de un turismo sustentable deberá lograr las necesidades de los turistas actuales y de las regiones anfitrionas, al mismo tiempo que de proteger e incrementar las oportunidades para el futuro. Por otra parte, la definición de una política turística de carácter sostenible requiere necesariamente el apoyo y promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, de estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, así como la puesta en marcha de proyectos de demostración y el desarrollo de programas en el ámbito de la cooperación internacional. Sobre dicho aspecto la OMT ha declarado recientemente que el sector turístico deberá cambiar su forma de hacer negocios, en un mundo limitado por las emisiones de dióxido de carbono, un factor decisivo de competitividad en el futuro. Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica los diversos códigos de Responsabilidad Social Empresarial que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los empresarios en los distintos niveles de la industria turística.

En el ámbito de la OEA, en el XVII Congreso Interamericano de Turismo, celebrado en San José, Costa Rica, en abril de 1997, los Ministros de Turismo aprobaron la Declaración y el Plan de Acción para el desarrollo sostenible del turismo. En la Declaración de San José se reafirma, entre otras cosas, el compromiso de los Estados miembros de fomentar el desarrollo sostenible del turismo en el Continente, cumplir una función activa que garantice el desarrollo sostenible en los Estados miembros. El Plan de Acción de San José para el desarrollo sostenible del turismo, propone iniciativas a ser ejecutadas por distintas partes interesadas en el crecimiento y el desarrollo sostenible del turismo en el Continente. Esas iniciativas, orientadas por las prioridades establecidas en el Plan Estratégico del Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral, CIDI, y en las áreas de trabajo identificadas por los Estados miembros, incluyen: iniciativas gubernamentales que serán ejecutadas a través de las autoridades nacionales de turismo; iniciativas del sector privado que serán ejecutadas por intermedio de las organizaciones sectoriales privadas de la región, e iniciativas del Congreso Interamericano de Turismo (CIT).

Según la OMT/ONU, mientras que el crecimiento continuado del turismo emergente sufrirá las bajas de la economía, el problema fundamental del desempleo, el alza permanente en el precio de los combustibles y las distintas crisis financieras alrededor del mundo; la cantidad de viajeros potenciales es tan grande y la lógica de apuntar al turismo para el desarrollo es tan clara, que las perspectivas de crecimiento a largo plazo continuarán siendo «considerables en todo sentido». La Organización enfatiza en sobremanera, la necesidad de realizar asociaciones entre públicos y privados para asegurar que los Estados emergentes tengan acceso a fondos de inversión para el desarrollo del turismo. Según informes de la OMT, los resultados hasta agosto de 2010 demuestran que el turismo internacional sigue recuperándose de la caída del 4,2% del año 2009 debido a la crisis financiera y económica. Hoy en día, las personas provenientes de países de economías emergentes de rápido crecimiento como Dubái, Brasil, Federación de Rusia, India, China, República de Corea y Vietnam están cambiando el turismo nuevamente: estas economías representan tanto los destinos como las fuentes de viajeros. Según la revista *The Economist*, el alza de las economías emergentes es la tercera revolución de la industria de los viajes en los últimos 50 años. La primera fue durante la década del sesenta con el transporte aéreo barato y los paquetes turísticos. La segunda fue Internet, que significó que los viajeros pudieran reservar vuelos, hoteles, autos y excursiones sin contratar a un agente de viajes.

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), el concepto contemporáneo de turismo va más allá del corto plazo y se concentra en beneficios tanto para los viajeros como para las comunidades locales y sus entornos naturales, sociales y culturales. Tiene tres componentes principales: El reconocimiento por parte de los Gobiernos del sector de viajes y turismo como prioridad fundamental, el equilibrio a alcanzar entre su propia economía y las personas, la cultura y el medio ambiente y la búsqueda compartida del crecimiento y la prosperidad a largo plazo. En la conclusión del año 2010, los reportes de gastos por turismo internacional apuntan en las Américas un crecimiento del 8%, distribuido de manera sobresaliente en América del Norte y América Central con un 9% cada una, 7% para América del Sur, igualando el promedio mundial, mientras que el Caribe denota un crecimiento reducido del 3%. Siempre dentro de las perspectivas de la OMT, para el año 2011 se espera que continúe el crecimiento del sector turístico a un ritmo moderado, con una clara tendencia a favorecer los destinos emergentes y a los mercados emisores, los cuales se prevé ganaran rápidamente cuota del mercado internacional.

El turismo puede tener tanto efectos positivos como negativos sobre las personas pobres. Existen tres maneras principales en que el turismo puede tener un impacto sobre las personas vulnerables: 1) Por efectos directos sobre los pobres, como los empleos de turismo y las pequeñas empresas turísticas; 2) Por efectos secundarios, tales como las ganancias de las industrias de la cadena de suministro (por ejemplo, alimentos y construcción), así como de los trabajadores del turismo que gastan sus ingresos en la economía local, y 3) Por efectos dinámicos sobre la economía, como por ejemplo, emprendimientos, salarios y precios, desarrollo de infraestructura, otros sectores de exportación, desarrollo de competencias y el entorno natural. De lo anterior, se podrían establecer como indicadores de una industria turística orientada a favorecer a los pobres a aquella que cumpla con los siguientes requisitos: Mejore las competencias locales, genere empleos locales decentes, utilice la construcción local, valore la cultura local, mejore la infraestructura local, ayude a preservar el medio ambiente local, procure emplear mano de obra local, siempre que sea posible, planifique ser incluyente a largo plazo, proporcione una experiencia única para los turistas, se promocione a sí misma como una prioridad económica fundamental y genere asociaciones para mejorar los medios de vida. El potencial económico que el turismo implica, se representa en la apertura de empleos, siendo más relevantes éstos en áreas rurales y remotas, donde de acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo, viven tres cuartos de los dos billones de personas bajo condiciones de pobreza extrema. “El Turismo está estrechamente vinculado con la consolidación de un país competitivo, productivo, próspero y sustentable, y es precisamente uno de los sectores de la economía cuyo desarrollo impacta de manera inmediata a la comunidad entera y a su calidad de vida.”

La calidad del ambiente tanto natural como artificial es esencial para el turismo. Sin embargo, la relación del turismo con el ambiente es compleja e implica muchas actividades que pueden tener efectos ambientales adversos. Muchos de estos impactos están ligados a la construcción de infraestructura como son: los caminos y aeropuertos, las instalaciones turísticas, incluyendo resorts, hoteles, restaurantes, tiendas, canchas de golf y marinas. Los impactos negativos del desarrollo del turismo pueden destruir gradualmente los recursos ambientales de los cuales depende. Por otra parte, el turismo tiene el potencial para crear efectos beneficiosos sobre el medio ambiente al contribuir con su protección y conservación. De esta manera se crea una consciencia a favor de los valores ambientales que puede servir como herramienta para financiar la protección de áreas naturales y para aumentar su importancia económica.

Los impactos socio-culturales del turismo son los efectos que surgen en las comunidades anfitrionas debido a las relaciones directas e indirectas con los turistas, y de la interacción con la industria del turismo. Por varias razones, las comunidades anfitrionas son a menudo la parte más débil en interactuar con sus huéspedes y proveedores de servicios, disminuyendo cualquier influencia que pueda ser que tengan. Estas influencias no son siempre evidentes, pues son difíciles de medir, dependen de juicios de valor y son a menudo indirectas o difíciles de identificar. Los impactos se presentan cuando el turismo causa cambios en sistemas y comportamientos de valor y por tanto amenaza la identidad local. Además, los cambios muchas veces ocurren en la estructura de la comunidad, las relaciones familiares, los estilos de vida tradicionales, las ceremonias y en la moralidad. Sin embargo, el turismo puede también generar impactos positivos ya que puede servir como una fuerza de apoyo a la paz, para promover el orgullo de conservar las tradiciones culturales y ayudar a evitar la relocalización urbana al crear trabajos locales. Cuando se encuentran diferentes culturas, frecuentemente los impactos socio-culturales son ambiguos: los mismos impactos objetivamente descritos son considerados beneficiosos para algunos grupos, y son percibidos como negativos por otros.

La industria del turismo genera ventajas económicas substanciales para los países. Especialmente en Países en Vías de Desarrollo (PVD), una de las motivaciones primarias para que una región se promueva como destino turístico es la esperada mejora económica. Los resultados pueden igualmente ser positivos o negativos. La Organización de los Estados Americanos (OEA) realizó un examen de la industria turística en Jamaica que comparaba el papel de los paquetes “todo incluido” con otros tipos de hospedaje. Encontró que los hoteles “todo incluido” son los que más rédito generan pero su impacto en la economía en dólares por rédito es menor que otros alojamientos.

Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con las ganancias en el tipo de cambio, la generación de divisas, y la generación de oportunidades de empleo y empleo de mejor calidad, oportunidades de negocios, el aporte de la micro, pequeña y mediana empresa, los flujos migratorios entre poblaciones cercanas, mejoramiento de la infraestructura, entre otros.

En la elección de los destinos turísticos suelen considerarse factores de precio, calidad del servicio, atractivos naturales y culturales o moda. Sin embargo, el factor seguridad tiene cada vez más relevancia al momento de elegir el destino vacacional y en un futuro será un elemento de gran peso en dicha decisión. En este sentido, es importante tener presente que

seguridad turística es un concepto multidimensional de prevención y de atención integral que incorpora salud, integridad física, psicológica y económica de los visitantes, de los prestadores de servicios y, por supuesto, del resto de la sociedad. Este carácter multidimensional no se atiende muchas veces de manera adecuada por las autoridades y los prestadores de servicios turísticos y no se percibe adecuadamente que hechos de inseguridad causan desvalorización de los atractivos turísticos y que sus efectos negativos pueden ser de largo plazo e incluso llegar a ser irreversibles.

Así mismo, es importante manifestar que el turismo impulsa el desarrollo y por esa misma razón, también genera riesgo de desastres naturales cuando no se acompaña de políticas, estrategias y acciones de reducción de riesgo de desastres. En este contexto, la velocidad y capacidad del sector para reducir su vulnerabilidad frente a los peligros naturales de diversos tipos serán críticos para minimizar el impacto económico y las perturbaciones en las economías que pueden causar los desastres, y para contribuir a la construcción de comunidades más resistentes frente a peligros naturales.

La última Asamblea General, llevada a cabo en Junio próximo pasado, en Lima, Perú, adoptó la resolución: ‘La Importancia de la Cooperación en el Turismo en las Américas’. En este instrumento, Estados Miembros de la OEA reconocen que los desastres tienen el potencial de impactar adversamente el sector turístico, particularmente, la competitividad de micro, pequeños, y medianos emprendimientos turísticos. También reconocen la importancia de reducir urgentemente la vulnerabilidad del sector turístico en los estados miembros frente a peligros naturales, a través del desarrollo de estrategias para la reducción del riesgo frente a desastres naturales, asistencia mutua, cooperación técnica, planificación del uso del suelo, y mejora en los códigos de construcción orientados al sector turístico.

El Código Ético Mundial para el Turismo adoptado por la Organización Mundial del Turismo manifiesta: “La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual, y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia. Por lo tanto, conforme al derecho internacional, debe combatirse sin reservas con la cooperación de todos los Estados interesados, y sancionarse con rigor en las legislaciones nacionales de los países visitados y de los países de los autores de esos actos, incluso cuando se hayan cometido en el extranjero”

En este sentido, la Declaración de la Ciudad de Guatemala, adoptada durante el XVIII Congreso Interamericano de turismo, reconoció: “Que la trata y la explotación de adolescentes, mujeres y niños para el turismo sexual es una plaga para nuestras sociedades, que afecta de forma negativa la estructura familiar y la imagen de nuestros países como destinos turísticos”

El turismo puede generar grandes ingresos y beneficios económicos a la economía de una nación y a regiones no desarrolladas que cuentan con amplias ventajas comparativas. En ese orden de ideas, la Organización Mundial del Turismo ha identificado las razones por las que la industria turística representa un factor de desarrollo económico sustentable en los países menos desarrollados, así: a) El turismo es consumido exactamente en el punto en donde se produce; el turista va al destino específico y es ahí donde gasta dinero, abriendo de esta manera, una oportunidad para los negocios locales de todo tipo, y permitiendo a las comunidades locales beneficiarse a través de la economía informal en la venta de bienes y servicios directamente a los visitantes; b) Muchos países menos desarrollados tienen una ventaja comparativa en el turismo con respecto algunos países desarrollados, ya que tienen una gran gama de valores como la cultura, el arte, música, escenarios naturales, variedad en flora, fauna y climas, incluyendo los lugares considerados “Patrimonio de la Humanidad”. Las visitas turísticas a tales lugares pueden generar empleos e ingresos a las comunidades y ayudar a la conservación de recursos tanto naturales, como culturales; c) El turismo es una industria con mucha mayor diversidad que otras. Cuenta con el potencial de sustentar otras actividades económicas, ambas a través de proveer flexibilidad. Trabajos de medio tiempo pueden ser complementados con otras opciones de sustento y a través de la creación de ingresos mediante una amplia cadena de insumos de bienes y servicios; d) El turismo es intensivo en mano de obra, la cual es particularmente importante en atacar a la pobreza. Fomenta la creación de muchas y diversas oportunidades de empleo, especialmente para las mujeres y la gente joven, la cual generalmente requieren de poco entrenamiento; e) Crea oportunidades para muchas micro y pequeñas empresas, tanto en la economía formal como informal. Es una industria en la que generalmente los costos y las barreras de entrada son relativamente bajos o pueden ser fácilmente reducidos; f) El turismo provee no sólo los beneficios materiales para los pobres, sino que también fortalece el orgullo cultural. La actividad crea una indudable conciencia del medio ambiente y su valor económico, un sentido de identidad y pertenencia y la reducción de vulnerabilidad a través de la diversificación de los recursos de ingreso, g) La infraestructura que requiere el turismo, tal

como el transporte y las comunicaciones, suministros de agua y sanitarios, seguridad pública, y servicios de salud, beneficia directamente a las comunidades con índices altos de pobreza

El continente americano recibirá un total de 282,3 millones de turistas en 2020, con un promedio de crecimiento anual del 3,9 por ciento, según se recoge en el informe "Visión del Turismo 2020: Américas", recientemente elaborado por la Organización Mundial del Turismo (OMT). En las próximas dos décadas, se prevé que el turismo dentro y fuera de América tienda a reflejar un incremento de los viajes de largo recorrido, indica el citado estudio. En 1995, los viajes intra-regionales en el continente americano supusieron el 77 por ciento del total de los turistas que visitaron América, mientras que en 2020, esta cifra descenderá hasta el 62 por ciento. Por otra parte, el porcentaje de los turistas que realicen viajes de largo recorrido crecerá desde el 27 por ciento actual al 31 por ciento. A pesar de que se prevé que el número de turistas que visiten el continente americano crezca un promedio anual del 3,9 por ciento hasta alcanzar los 282,3 millones de visitantes en 2020, América "sufrirá un descenso en su posición a nivel global". Esta situación de América en las posiciones de los mercados turísticos más visitados del mundo se refleja en el descenso desde la segunda posición de región más visitada del mundo, después de Europa, a la tercera posición debido a que se prevé que sea superada por el este de Asia y la zona del Pacífico, zonas en las que el turismo se está expandiendo "rápidamente", según se recoge en el informe de la OMT. Los actuales "gigantes del turismo" en América, Estados Unidos, Canadá y México, continuarán dominando el mercado interior, aunque se prevé que el número de visitantes de estas zonas disminuya. En 1995 el número de turistas que viajaron a estos tres países supuso el 74 por ciento del total de turistas que llegaron al continente, mientras que las previsiones apuntan a que se produzca un descenso, con lo que esta cifra sólo supondrá el 62 por ciento, es decir, 192 millones de turistas.

Por otra parte, Estados Unidos se sitúa como el país del mundo más visitado en la actualidad, aunque se prevé que sea superado por China en el año 2020. Asimismo, en el informe de la OMT se asegura que una de las características del turismo de Estados Unidos en 2020 será un crecimiento anual del 7,1 por ciento en la llegada de turistas procedentes de Japón, es decir, unos 26 millones de turistas nipones. De esta manera, de los 102 millones de turistas extranjeros que Estados Unidos prevé recibir en 2020, uno de cada cuatro serán japoneses, es decir el 25 por ciento. En esta fecha, los turistas nipones superarán a los procedentes de México y Canadá.

Respecto a los turistas que en 2020 visitarán México, el estudio de la OMT señala que esta cifra continuará dependiendo de los visitantes procedentes de Estados Unidos. En este sentido, se prevé que el número de los turistas estadounidenses que viajen a México crecerá un 3,4 por ciento anual hasta alcanzar los 44 millones de personas en 2020, el 89,7 por ciento del total. Por otra parte, las regiones de América que experimentarán un mayor incremento en el número de turistas en 2020 procederán de El Caribe y de la zona sur del continente, según se explica en el citado informe. En el resto de los países americanos el turismo crecerá en 2020 a un ritmo del 5,1 por ciento en Argentina hasta alcanzar los 8 millones de visitantes; el 5 por ciento en Brasil hasta conseguir la visita de 14,1 millones de turistas; el turismo en la República Dominicana crecerá a un ritmo del 5,3 por ciento con 7 millones de turistas en 2020 y Chile con 5 millones de visitantes, crecerá a un ritmo del 4,7 por ciento.

2.2. BASES TEÓRICAS ESPECIALIZADAS SOBRE EL TEMA

2.2.1. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Interpretando a Fontalvo (2013)¹⁸; un sistema de gestión de calidad es un conjunto de elementos que están interrelacionados y coordinados para facilitar la obtención de servicios o productos de calidad. En los últimos tiempos estos sistemas han sido internacionalizados y codificados para su mejor diseño, aplicación, evaluación y retroalimentación. Al respecto, la versión del sistema de gestión ISO 9001:2008, se enfoca a la implementación de un sistema de gestión de la calidad, con un enfoque basado en procesos con lo que se busca que la organización articule sus procesos, procedimientos, tareas y el trabajo de las personas de forma sistémica, con lo que se logra un mejoramiento continuo dentro de las organizaciones. Esta norma, conserva los requisitos anteriores como son los sistemas de gestión de calidad, responsabilidad de la dirección, gestión de los recursos, prestación del servicio, medición y análisis, con las enmiendas realizadas se mejora la claridad y se reduce la ambigüedad, existe mayor coherencia con otras normas ISO, es importante señalar que esta nueva norma ISO 9001:2008 mantiene el modelo del enfoque a procesos de la norma ISO 9001:2000, es aplicable a cualquier tipo de organización.

Con las enmiendas realizadas, se mejora la claridad y se reduce la ambigüedad, existe mayor coherencia con otras normas ISO y se genera mayor compatibilidad con la ISO 14001. Es importante señalar, que esta nueva norma ISO 9001:2008 mantiene el modelo de enfoque por procesos de la norma ISO 9001:2000, es aplicable a cualquier tipo de organización y mantiene la compatibilidad con la norma 14001.

De igual forma, esta nueva versión restringe los cambios para limitar el impacto en los usuarios al aplicarla y se realizan únicamente cambios en donde se evidenció que se obtienen claros beneficios para quien la implemente.

La nueva versión de las normas está conformada por la norma ISO 9001 que es la norma certificable y, adicionalmente, presenta la ISO 9000 en donde se establecen los principios y el vocabulario requerido para el entendimiento, comprensión e implementación de la norma ISO 9001; además, se apoya en la norma ISO 9004, la cual proporciona directrices que van más allá de los requisitos establecidos en la ISO 9001 propiciando de esta manera la eficacia y

¹⁸Fontalvo Herrera, Tomas José, (2013) La Gestión de la Calidad en los Servicios, ISO 9001:2008, Editorial Eumed- Universidad de Málaga – España. Págs. 56-50.

eficiencia del Sistema de Gestión de la Calidad en las empresas, logrando de este modo el mejoramiento de su desempeño.

Para el logro de la implementación de un sistema de gestión de la calidad en las empresas, la norma ISO 9000 posee 8 principios que pueden ser utilizados con el fin de direccionar las empresas hacia un mejor desempeño. Para garantizar el desarrollo, implementación y mejora de un Sistema de Gestión de la Calidad, la nueva norma trae un enfoque basado en Procesos lográndose con esto garantizar la eficiencia y eficacia del sistema de gestión de la calidad al poder articularse de esta forma procesos, actividades y tareas relacionadas entre sí, conllevando esto a la satisfacción del cliente. La adopción de un sistema de gestión de la calidad debería ser una decisión estratégica de la empresa, cuyo diseño e implementación este influenciado por diferentes necesidades, objetivos particulares, los servicios suministrados, los procesos, empleados además del tamaño y estructura de la empresa.

El sistema de gestión ISO 9001 es la garantía para la mejora de los servicios turísticos que requieren procesos ágiles y rápidos, para luego aplicar procedimientos que permitan obtener la evidencia suficiente, competente y relevante sobre los sistemas de calidad en las actividades empresariales, como es el caso de los servicios que prestan las empresas de transporte, restaurantes, hoteles, cajas comerciales y otras.

El sistema de gestión de ISO 9001 se lleva a cabo en el marco de que las empresas que utilicen este modelo de calidad como referente para la gestión, pueden servirse del mismo para identificar y comprender la naturaleza de sus objetivos y de su misión. El modelo constituye una potente herramienta de mejora continua, mejora de los procesos, y la capacitación del personal.

El sistema de gestión ISO 9001 facilitará la mejora de los servicios turísticos por lo que se requiere las capacitaciones del personal involucrado para cumplir con las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros.

Interpretando a Vavra (2013)¹⁹ las normas ISO 9001 requieren una documentación de todos los procesos del negocio y que la empresa actúe efectivamente de acuerdo a los procesos. Ese es un requisito fundamental para cualquier sistema de gestión sólido y es lo que define su estrategia. Sin embargo nosotros creemos que el despliegue (uso extendido del proceso) y los resultados (beneficios obtenidos por la ejecución del proceso) son igualmente importantes.

¹⁹Vavra G. Terry, (2013) Como medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001: 2000 - Madrid: Fundación Confemetal, D. Págs. 25-30

En parte estos procesos tienen mucho que ver con la definición de la calidad. Los procesos nos ayudan a mantener nuestros productos dentro de los límites de las especificaciones. La otra cara de la calidad, reconocida incluso por alguien tan orientado a los procesos como Edwards Deming, es el nivel de expectativas, es preciso medir la satisfacción de las expectativas del cliente. ISO disfruta de una extraordinaria aceptación en todo el mundo, en principio, una buena parte de esa aceptación viene motivada por la creencia de que es absolutamente necesario suministrar productos y servicios de calidad, partiendo de procesos sistemáticos, contrastados, establecidos y aceptados.

Interpretando a Cervera (2013)²⁰ en el cual las nuevas exigencias de los mercados sin fronteras, como consecuencia de los avances acuerdos y resoluciones de organismos internacionales como la OMC, ha hecho que las organizaciones introduzcan variaciones en la forma que se han estructurado tradicionalmente, con el fin de adaptarse convenientemente a las experiencias que dicho cambio conlleva, así las organizaciones más competitivas, más innovadoras y con mayor creatividad son aquellas que defienden sistemas de gestión modernos que pueden ser globales para toda la organización como son el crecimiento, los recursos financieros, la rentabilidad, el medio ambiente, la seguridad, la salud y lógicamente la calidad, entendida como cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes mediante la satisfacción de los mismos.

La competitividad se manifiesta siempre como la capacidad de una organización para diseñar, fabricar o entregar un producto o servicio con la calidad solicitada por sus clientes a un coste razonable y con una gran flexibilidad capaz de añadir valor al menor coste posible. Estos sistemas de gestión de calidad pretenden dar satisfacción a los clientes suministrando los productos que cumplan con sus necesidades y expectativas. Estas a su vez son cambiantes, debido a los avances técnicos; es por ello que las organizaciones deben mejorar sus procesos y productos para operar de forma eficaz y eficiente.

La identificación y gestión sistemática de los procesos usados en la organización se conoce como enfoque basado en procesos. La norma ISO 9001:2000 pretende fomentar la adopción del enfoque basado en los procesos para gestionar una organización con eficiencia.

²⁰Cervera Martínez, Joseph (2013) Transición a las nuevas ISO 9000:2000 y su Implantación Ediciones Díaz Santos S.A. Madrid - España. Págs. 63-66.

Interpretando a Miranda (2013)²¹ los sistemas de gestión de calidad ISO 9000 se definen como una serie de estándares internacionales que especifican las recomendaciones y requerimientos para el diseño y valoración de un sistema de gestión que asegure que los productos satisfagan los requerimientos especificados. La norma ISO 9001, que forma parte de la familia de normas ISO 9000, ha sido elaborada por el Comité Técnico ISO/TC176 de la Organización Internacional para la Estandarización y establece los requisitos para un buen sistema de gestión de la calidad que puede utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. La versión actual de ISO 9001 corresponde a noviembre de 2008.

Interpretando a Cuatrecasas (2013)²²; los sistemas de gestión como la acción realizada por una entidad reconocida como independiente, manifestando a través de un documento certificado que se dispone de la confianza adecuada de que un sistema de calidad resulta ser conforme con alguna norma específica. Los sistemas de calidad constituyen una herramienta para la mejora continua y requiere de una inversión a largo plazo. El punto inicial para su implementación es gestionar y documentar los procesos que se realizan para luego tomar las medidas necesarias para optimizarlos. La certificación apunta a que la empresa pueda reducir costos significativamente, obtenga una mayor productividad y un mejor control de la gestión interna y externa. Todo ello incide favorablemente en el posicionamiento y en la competitividad de los productos y servicios ofrecidos.

Actualmente, la certificación de un sistema de calidad tiene un carácter voluntario, no obstante, cada día es mayor el número de empresas que exigen a sus proveedores la certificación de sus sistemas de calidad conforme a alguna norma específica.

Interpretando a James (2013)²³ el sistema de gestión de la calidad está diseñado para proporcionar el apoyo y el mecanismo necesarios para la conducción eficaz de las actividades relacionadas con la calidad en una organización. Un sistema de calidad se puede entender como un método planificado y sistemático de medios y acciones para gestionar una empresa. Una gestión que introduce una serie de innovaciones y asegure la conformidad de los productos o servicios con los requisitos especificados. Este sistema comprende la estructura

²¹Miranda González, Francisco (2013) Introducción a la Gestión de Calidad Madrid – España, Delta Publicaciones universitarias. Pág. 69

²²Cuatrecasas ArbosLluis, (2013) Gestión Integral de la Calidad: Implantación, Control y Certificación, 2da edición. Barcelona – España. Pág. 110

²³James Paul, (2013), Gestión de la Calidad Total: un texto introductorio Madrid: Prentice Hall. Pág. 33

organizacional conjuntamente con la planificación, los procesos, los recursos y los documentos que se necesita para: alcanzar los objetivos de la organización, proveer mejoramiento de productos y servicios, y para cumplir los requerimientos de los clientes. Por otro lado, le permite a la organización establecer un enfoque y un marco de referencia objetivo, riguroso y estructurado para el diagnóstico de la organización, así como determinar las líneas de mejora continua hacia las cuales debe orientar sus esfuerzos.

Miranda (2013)²⁴ expone en su libro a tres grandes gurúes de la calidad que a su vez poseen diferentes conceptos de calidad. Para Deming (1989), calidad es satisfacción del cliente y no es otra cosa más que una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua; mientras que para Crosby (1991), calidad es simplemente el cumplimiento de requisitos. Dentro de otras aportaciones encontramos a Taguchi (2004) que indica que la calidad es la menor pérdida posible para la sociedad.

Juran (2013)²⁵ menciona en su libro que una definición sencilla de calidad es adecuación al uso, pero que dicha definición hay que ampliarla rápidamente porque existen muchos usos y usuarios. Esto lo expone por medio de una espiral de progreso de la calidad que muestra de manera conveniente los diferentes usos y usuarios de un producto durante su trazabilidad. Años más tarde, Cantú (2006)²⁶ hace alusión a Juran cuando define la calidad como adecuación al uso del cliente. También menciona a Shewhart (1939) que se refiere a la calidad como el resultado de la interacción de dos dimensiones: dimensión subjetiva (lo que el cliente quiere) y dimensión objetiva (lo que se ofrece). Por último, hace referencia a Feigenbaum (2000) cuyo concepto de calidad es la satisfacción de las expectativas del cliente.

2.2.1.1. GESTIÓN DE CALIDAD DE LOS RECURSOS

Interpretando a Chiavenato (2013)²⁷, la gestión de los recursos para la generación de los servicios empresariales, considera la planeación, organización, dirección, coordinación, control y retroalimentación de los recursos humanos, materiales y financieros para lograr un servicio de calidad. En las empresas turísticas la gestión de los recursos conlleva a:

²⁴James Paul. Ob.cit. Pág. 37.

²⁵Juran Joseph Moisés (2013) Juran y la planificación para la calidad - México: Ediciones Díaz de Santos. Pág. 86.

²⁶Cantú Delgado, José Humberto (2013) Desarrollo de una Cultura de Calidad. México, D.F: McGraw-Hill. Págs. 139-140

²⁷ Chiavenato Idalberto (2013) Administración. México, D.F: McGraw-Hill. Págs. 445-450

- 1) Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar el cumplimiento de las políticas, objetivos, estrategias, metas, funciones y acciones empresariales, en el ámbito de su competencia;
- 2) Coordinar y supervisar la ejecución de los planes, sistemas y actividades de las áreas a su cargo;
- 3) Formular y ejecutar el Plan Operativo y proponer su presupuesto de acuerdo a los procedimientos establecidos por los órganos competentes;
- 4) Coordinar y supervisar los sistemas de Contabilidad, Tesorería, Presupuesto, abastecimiento y Personal, así como la atención y orientación al ciudadano y el archivo central.

2.2.1.2. EJECUCIÓN O REALIZACIÓN DE CALIDAD DE LOS RECURSOS

Interpretando a Terry (2013)²⁸; la ejecución o la realización de los recursos en los productos o servicios empresariales comprenden la planificación de la elaboración del producto; los procesos relacionados con el cliente; el diseño y desarrollo; las compras, la producción y prestación del servicio y el control dispositivos de seguimiento y de medición

Respecto a la planificación de la realización del producto; requiere que la organización programe y desarrolle los procesos necesarios para realizar (hacer/generar) el producto de acuerdo con el Sistema de Administración de la Calidad (SAC). Al hacerlo, deberá determinar, si corresponde: Los objetivos y los requisitos de calidad (y en lo posible los del cliente) para cada producto. La necesidad de determinar procesos, documentos en apoyo de estos procesos (deberá siempre utilizar formularios de algún tipo, ya sea de papel o electrónicos, pero aquí no hay requisitos de procedimientos documentados), y la necesidad de suministrar recursos adecuados para satisfacer estos requisitos. La verificación, la validación, la monitorización, la inspección y las actividades de prueba específicas del producto, y los criterios de aceptación del producto (control final antes de la entrega al cliente). Los registros para suministrar la prueba de que lo dicho anteriormente se ha realizado de la manera descrita por el SAC. Es aquí donde se enfatizan los requisitos de planificación. Planifique sus procesos, establezca los objetivos, documente y mida los resultados, y luego verá que le sirven como instrumento de mejora. La realización del producto es el proceso efectivo de producción de su producto o suministro de su servicio. Estos procesos deben planificarse. Ésta es una de las cláusulas clave que llevará a su empresa a un enfoque de los procesos. El

²⁸ Terry, George (2013) Administración. México, D.F: McGraw-Hill. Págs. 246-251

objetivo consiste en entender y gestionar la realización del producto como sistema de procesos correlacionados entre sí. Las conexiones entre los procesos y el efecto que cada proceso ejerce sobre el resto.

La realización del producto comprende los procesos relativos al Cliente; revisión de los requisitos de un producto y la comunicación con el Cliente. Se debe determinar los requisitos del cliente incluyendo: Actividad de entrega y post-entrega; los requisitos de producto no especificados por el cliente pero necesarios para el uso especificados y las normas de ley. La norma ISO pide determinar los requisitos del cliente. Cabe notar que se incluyen las actividades de entrega y post-entrega. Dicho de otro modo, se incluye la entrega, la instalación y el mantenimiento.

Es necesario determinar cuáles serán las necesidades de su cliente con respecto a estas actividades, hasta donde usted sepa en este momento. Un nuevo interesante requisito es que hay que determinar requisitos que el cliente no especifica pero que son necesarios para que pueda utilizar el producto. No es necesario saber leer la mente. Basta aplicar la experiencia y el conocimiento del producto. Cuando el cliente pide su producto o servicio, puede no conocer todos los detalles técnicos importantes para la correcta aplicación del producto.

Por ejemplo, si su servicio consiste en un análisis químico, el cliente puede no saber qué prueba es la más adecuada. Es necesario utilizar la experiencia para determinar qué prueba será la más adecuada, aunque el cliente no pida una prueba en particular. Además será necesario determinar los requisitos de ley aplicables. Es muy relevante conocer el uso adecuado del producto.

2.2.1.3. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS RECURSOS

Interpretando a Terry (2013)²⁹; un importante punto de medición es la satisfacción del cliente, turista nacional o extranjero; siendo así como para los equipos de fútbol, los aficionados son de lo más importante, los usuarios son muy importantes para las organizaciones, si el cliente se encuentra satisfecho significa que la organización está por buen camino. La "Norma ISO 9000: 2005- Fundamentos y vocabulario", describe exactamente que es satisfacción del cliente. Dice que es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. Así mismo la norma también amplia, con sus notas que se debe de tomar en cuenta

²⁹ Terry, George (2013) Administración. México, D.F: McGraw-Hill. Págs. 405-408

que las quejas que los clientes realizan son una forma de medir la satisfacción del cliente, pero es de considerar que si no se tiene quejas, tampoco quiere decir que hay una elevada satisfacción del cliente. Así también si en ciertas ocasiones los requisitos son pactados con los clientes y estos son llevados a cabo tal cual, tampoco quiere decir que existe un alto nivel de satisfacción. Conocer el nivel de satisfacción del cliente es primordial dentro del sistema, este puede ser llevado mediante encuestas, frecuencia de quejas, reclamos de garantía, etc. Es importante también que se deba de dar seguimiento a las acciones que se tomen en cualquiera de los casos.

El siguiente punto importante es la auditoría interna, así como los equipos de futbol son escudriñados periódicamente en cuanto a sus rendimientos, también las organizaciones deben velar porque el Sistema de Gestión de Calidad este trabajando acorde a lo establecido. Una mejor explicación de lo que es una auditoria es dada por la "Norma ISO 9000:2005-Fundamentos y vocabulario". La auditoria es proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias de la auditoría y evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar el grado en que se cumplen los criterios de auditoría. La auditoría interna es todo un procesos en el cual se tiene que tomar en cuenta algunos elementos muy importantes como son la realización de una planificación de auditoría, un equipo de auditores, la gestión de recursos para las auditorias, estos son los elementos mas importantes para llevar a cabo las auditorias. Para realizar las auditorias se debe de tomar en cuenta que el personal a realizarlas debe ser previamente preparado, se debe de conocer la información proporcionada por auditorias previas (si las hay), las auditorias deben de efectuarse periódicamente. Para tener una mejor visión de cómo efectuar las auditorias y que elementos son los que los componen es preferible trabajar con la Norma Internacional "ISO 19011:2002 Directrices para la auditoria de los Sistemas de gestión de la calidad y/o ambiental", donde se explica con mayor detalle este apartado.

El punto que continúa es el de seguimiento y medición de los procesos, la organización debe de elaborar una metodología que permita dar un seguimiento al comportamiento de los diferentes procesos que intervienen en la transformación del bien y/o servicio. Así como los equipos de futbol posee un equipo médico para verificar que los jugadores se encuentren en buen estado. Se puede ver a cada jugador como si fuera un proceso y al equipo médico como el ente encargado de medir y dar seguimiento a los resultados de cada jugador, se debe estar seguro que cada jugador este a tono para poder desempeñarse bien durante cada juego, y si no es así se debe de efectuar algún tratamiento para corregir el problema, además de realizar

acciones que prevengan molestias a lo largo de la competición. De igual forma la organización debe de elaborar y desarrollar los procedimientos y el personal capacitado para poder desarrollar el seguimiento de cada procesos de la misma, así como también se debe realizar los planes para corregir la situación cuando lo planificado no se obtenga, y obviamente, es necesario realizar acciones preventivas que permitan a la organización desarrollar sus actividades plenamente.

Cada proceso puede generara datos, y estos datos pueden llegar a ser medibles, y al ser medibles se les puede dar seguimiento. Es de entender que cada proceso tiene un objetivo y por ende posee una meta, es necesario identificar cada objetivo del proceso y expresarlo en su respectivo procedimiento. El poseer un objetivo da una meta que se debe de alcanzar y esa meta debe de poder ser cuantificada, lo que permitirá evaluar los resultados que se obtenga periódicamente. La meta cuantificada será el parámetro de comparación para evaluar la situación en el momento que se tome la medición, en base a los resultados que se obtenga se puede obtener que tan eficaz y/o eficiente es el tal proceso, lo que permitirá estar controlando el desarrollo del mismo. Es importante que se lleve un registro de todas las mediciones que se obtenga de cada uno de los procesos a lo que se les debe de dar seguimiento, esto ayudara a corregir lo que se este haciendo mal en dado caso no se obtengan los resultados requeridos.

El siguiente punto de este apartado es el seguimiento y medición del producto, lo que indica es este punto es que el producto así como los procesos, también tiene que llevar un control. Para conseguir un buen control del producto es necesario que exista un detalle explícito de los requisitos de cada bien y/o servicio que sea realizado, y al igual que en los procesos estos deben de ser cuantificables para realizar la respectiva medición. Siguiendo con el ejemplo del equipo de futbol en plena competición, el resultado mas obvio es que el equipo ganes su partido, esto hará que sus aficionados se sientan satisfechos. La forma de medir este requisito es que la cantidad de goles obtenidos por el equipo es mayor que la de su adversario, el resultado de esta comparación hará que sus aficionados se sientan satisfechos pero si la cantidad de goles obtenidos es menor que la de su adversario indicara que el equipo es el perdedor de dicho encuentro y sus aficionados se encontraran insatisfechos, y al contrario si la diferencia de goles es excesivamente mayor que la de su adversario, sus aficionados se encontraran satisfechos y además se habrán superado las expectativas de los mismos.

Hasta el momento, en todos los apartados anteriores que se han desarrollado, se han identificado una variedad de datos que se obtendrán dentro del sistema de gestión de calidad, se ha visto que se obtengan datos correspondientes a las expectativas de los clientes y sus

niveles de satisfacción, también se obtendrán datos sobre la efectividad de los procesos, así como de los requisitos del producto, las no conformidades y no hay que descartar los datos que se obtengan de las auditorías internas.

El análisis de datos viene a ser como cuando el técnico del equipo de fútbol, revisa los datos obtenidos durante el juego recién pasado, revisara tanto el desempeño de los jugadores, como el resultado obtenido, el número de lesiones, el estado anémico de los jugadores, en fin empezara a revisar todos los datos que se obtuvieron durante el juego, para analizar el porqué, ¿Por qué jugaron de esa forma?, ¿Por qué obtuvieron esos resultados?, ¿Por qué se lesionaron?, entre otros cuestionamientos mas.

De igual manera la organización empezara a obtener datos, pero se obtendrán tanto datos buenos como no tan bueno, como es normal en toda organización, y es aquí donde se formulan las preguntas ¿Por qué un departamento está bien y el otro no?, ¿Por qué el bajo desempeño de los empleados?, ¿Por qué el incremento de la productividad?, y otros cuestionamientos mas que ayudaran para analizar los datos que se ha obtenido es importante tomar en cuenta que el análisis de datos debe de verificar tanto los buenos como los no tan buenos resultados que se obtengan ya que las buenas experiencias se puede valer para solventar las áreas con deficiencias. Es de recordar también que el análisis de datos que se realice en todas las áreas ya descritas va enfocado en la satisfacción del cliente, a través del cumplimiento de los requisitos, la efectividad de los productos, etc.

El análisis debe de abarcar desde los proveedores hasta como el cliente se siente con el producto entregado.

La mejora continua tiene que verse como cualquier acción que permite mejorar el desempeño de las labores, las auditorías, las revisiones de la dirección, el seguimiento de los procesos, etc. No son más que herramientas para realizar mejoras, obviamente del análisis de estos resultados se toman las decisiones para las acciones correctivas necesarias para solventar las problemáticas. Pero también y al igual que el entrenador del equipo de fútbol busca anticipar a su adversario, las organizaciones deben de anticiparse a sus competidores, buscar superar las expectativas de sus clientes, y siempre tomando en base el análisis de resultados, se pueden producir las acciones preventivas que permitan mejorar la situación de la organización.

2.2.2. MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Interpretando a Vargas y Aldana (2013)³⁰ la mejora de los servicios turísticos de las empresas de la Región Cusco, es la búsqueda de la eficiencia, efectividad, competitividad, calidad y excelencia a favor de los turistas nacionales y extranjeros. Implica un reto de la construcción de mañana, es un proceso no un programa, conduce a un gran compromiso progresivo y continuo, donde toda la organización se centra en la forma de pensar en todas y cada una de las actividades que en ella se gestiona; por lo tanto se imprime un carácter más productivo y responsable a las empresas que practican la mejora, como forma de vida y transformacional organizacional.

La mejora de los servicios turísticos se fundamenta en cuatro pilares:

- 1) Trabajo en equipo: implica conformar trabajos bajo la filosofía del equipo y seguir unos puntos previamente definidos, con el objetivo de alcanzar una meta común que vaya en beneficio de la organización y cada uno de los individuos que la conforman.
- 2) Liderazgo participativo: antes que autocracia e imposición y búsqueda de la satisfacción del jefe antes, que el bien común.
- 3) Optimización de los procesos: todos y cada uno de los procesos deben ser efectivos y flexibles, buscando satisfacer siempre las necesidades y expectativas de los clientes.
- 4) Compromiso con la calidad, el servicio y la productividad: implica que todos los empleados de la organización maximicen recursos y eliminen desperdicios. La capacitación y la educación en la calidad de servicio son fundamentales para que el proceso sea efectivo.

La capacitación es la base del cambio de actitud que modifica los comportamientos. Al capacitar se debe hacer una sensibilización hacia los conceptos y las implicaciones de este proceso.

Así mismo esto se centra en enseñar a las personas a realizar el diagnóstico de las actividades que desarrollan, en cuanto al cumplimiento de sus objetivos, su aporte a la organización y a su propio desarrollo.

La escuela clásica ha dejado una gran huella a la calidad en el servicio en algunos de sus componentes en materia de organización de trabajos operativos y en la creación de herramientas de control administrativo, sin desconocer que la teoría de Taylor

³⁰ Vargas Quiñones, Martha Elena y Aldana de Vega, Luz Ángela (2013) Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas Bogotá, D.C.: Ecoe Ediciones: Universidad de la Sabana. Págs. 58-63.

conduce a las organizaciones hacia la estandarización, cuyo enfoque se caracteriza por un esfuerzo analítico y matemático.

Interpretando a Acuña (2013)³¹ la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, es un conjunto de actividades ejecutadas por los diversos agentes a cargo de las funciones cuyos procesos siguen los procedimientos diseñados para lograr un servicio a los turistas, de calidad prefijada para cada uno de los productos que se ofrezcan. Entre estos agentes se tienen: clientes externos, clientes internos, proveedores y servidores directos.

Un sistema de mejora de los servicios debe evaluar la forma sistemática el servicio que presta y luego informar sobre los resultados obtenidos a los tomadores de decisiones, para que estos tomen las acciones que consideren necesarias. En esto puede ser de gran ayuda un sistema de información de soporte, por otro lado para desarrollar el sistema de mejora de calidad, es necesario conocer a fondo la cultura de servicio que tenga la empresa.

Como parte del sistema de mejora de los servicios turísticos, se requiere diseñar las iniciativas estratégicas direccionadas por las estrategias del negocio, los sistemas operativos, las políticas y los procedimientos. La estrategia de servicio define el valor que se desea para los turistas nacionales y extranjeros como principal motivador de la decisión de compra y por lo tanto como la posición competitiva que se sustentara en el mercado. Los sistemas operativos se deben diseñar tanto para la atención directa a los clientes como a las tareas de soporte y apoyo a los clientes. Para el diseño de un sistema o la mejora de uno existente, se deben considerar seis etapas: diagnóstico inicial, análisis de requerimientos, desarrollo de procedimientos y metodologías, selección de recursos, implementación y plan de mejora continua.

Interpretando a Seto (2013)³², la calidad es considerada tanto por las empresas industriales como las empresas de servicios, como arma estratégica para poder sobrevivir en el mercado y especialmente en entornos altamente competitivos. Pero no es suficiente con reconocer que la calidad es importante, si no que es necesario realizar los esfuerzos suficientes para poder convertirla en una fuente de ventaja competitiva.

³¹Acuña Acuña, Jorge (2013) Mejoramiento de la calidad: un enfoque a los servicios.- Editorial Tecnológica de Costa Rica. Págs. 98-100

³²Seto Pamies, Dolors (2013) De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid. ESIC Editorial. Págs. 69-73

Por ellos las primeras investigaciones de calidad de servicio, que podemos apreciar en el campo de las investigaciones realizadas, puede contrastarse también en las estrategias y políticas seguidas por las empresas. En un primer momento el objetivo central de muchas empresas fue la calidad luego se produjo un pequeño cambio de orientación hacia la satisfacción del cliente, como concepto muy ligado a lo anterior y actualmente el énfasis se ha desplazado hacia la fidelidad o retención del cliente. Ello es debido a que el interés que los responsables de la empresa le dan a la calidad y satisfacción reposa en un esquema mental constituido por una serie de equivalencias. Primera equivalencia: calidad de servicio, ofrecida por la empresa se traduce en la satisfacción de los clientes. Segunda equivalencia la satisfacción se traduce en la en una mayor fidelización del cliente. Tercera equivalencia: la fidelidad del cliente tiene un impacto positivo en los beneficios de la empresa. De modo que a nivel práctico el interés de los directivos por ofrecer una elevada calidad de servicio radica en las consecuencias últimas que esta pueda aportarle a la empresa: la consecución de la fidelidad de sus clientes; y más aún en un entorno como el actual. Aquellas empresas, que diferenciándose de sus competidores, ofrezcan una elevada calidad de servicio habrán dado ya un primer paso muy importante hacia la consecución de la fidelidad del cliente. Ofrecer una elevada calidad de servicio no es sinónimo de fidelidad, pero si creemos que es una primera condición necesaria para conseguir lealtad de los clientes.

Interpretando a Ishikawa & Cárdenas (2013)³³, el éxito en la mejora de los servicios turísticos radica en cómo se alinean los procesos y como se vinculan las personas hacia la implementación de los objetivos estratégicos definidos. El alineamiento de los procesos (servicio al turista), garantiza una sincronización total de la cadena de suministro y la cadena de valor para crear el valor definido por la estrategia y esperado por los turistas, proceso denominado alineamiento horizontal o peloteo.

El despliegue de la mejora de los servicios al cliente a nivel de personas, nos asegura responsabilidad compartida y desempeño sincronizado para el logro de los objetivos estratégicos de la organización y una vinculación causa- efecto entre las personas y la estrategia logrando así ofrecer un servicio de calidad.

La tarea crítica para el éxito de la empresa es encontrar la combinación de características del producto o servicio que, aunadas al precio adecuado, satisfagan mejor que la competencia las necesidades y deseos de los clientes. La mejor estrategia es la que incluye las siguientes

³³Ishikawa Kaoru y Margarita Cárdenas (2013) Que es el control de calidad - la modalidad japonesa. Bogotá Editorial Norma. Págs. 82-85.

técnicas: ¿Quiénes son nuestros clientes?: Es un grave error pensar que cualquier persona es “nuestro cliente”, ya que cada uno tiene necesidades diferentes.

La empresa selecciona los segmentos de mercado a los que desea conquistar y su producto / servicio debe ser diseñado en función de estos segmentos ¿Qué quieren nuestros clientes?: Para lograrlo se pueden seguir diferentes estrategias: Observar los y entender sus patrones de consumo y preferencias; Investigar las causas de sus quejas o reclamaciones; Contactos cotidianos con ellos; Realizar una encuesta; Diseño de producto /servicios.

Traducir los deseos o requerimientos de los turistas en características o especificaciones del producto requiere de imaginación y mucho esfuerzo de las empresas; para esto se puede utilizar una sencilla herramienta de traducción que se denomina: del “que” quiere el cliente, al “como” se lo proporcionará la empresa. Estrategia de diferenciación: La estrategia de diferenciación no tiene que ser algo complicado; más bien puede ser algo realmente sencillo. Una estrategia de este tipo consiste en destacar cualquier variable que sea atractiva para el consumidor.

Interpretando a Castelló Taliani y Lizcano Álvarez (2013)³⁴ la preocupación por la calidad no puede considerarse algo nuevo, sino que ha variado la orientación que se le ha dado a la misma a lo largo del tiempo, siendo posible distinguir tres grandes etapas: una primera fase, en la que se prima el respeto a las normas y los procedimientos; una segunda fase, en la que se asimila la calidad a la eficacia y una tercera fase, en la que se entiende la calidad como la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos. Este cambio de énfasis puede evidenciarse en las conclusiones del Libro Blanco sobre el Servicio Público, en las que se coloca al objetivo del logro de la mayor calidad del servicio en el centro de atención de los gestores públicos, y tiene que ver con el hecho de que desde la década de los ochenta se han venido incrementando las presiones por parte de los ciudadanos para obtener de las entidades públicas una mayor cantidad y variedad de prestaciones (bienes y servicios públicos) demandando, al mismo tiempo, unos niveles cada vez mayores de calidad en su realización y entrega.

Ello ha supuesto una reorientación de la gestión pública a través de la adopción de una filosofía de gestión orientada al ciudadano, que pasa a ser considerado como "cliente activo" y no como un mero receptor pasivo de los servicios públicos de tal forma que la búsqueda del logro de un mayor valor del dinero ha dejado de estar centrada fundamentalmente en la

³⁴Castelló Taliani, E. y Lizcano Álvarez, J. (2013). La mejora de las entidades públicas en la Europa del Euro. Papel del sistema ABC/ABM. Págs. 203-207.

consecución de la eficiencia, eficacia y economía en la gestión para enfatizar la calidad y el servicio al cliente.

Saavedra (2013)³⁵, señala que para que las empresas de la Región Cusco puedan mejorar los servicios turísticos que prestan, es necesario que comprendan la trascendencia del turismo como industria sin chimeneas, como fuente de empleo, como generador de divisas y otros pergaminos bien ganados por este servicio que puede ser prestado desde la micro, pasando por la pequeña, la mediana y llegando a la gran empresa, el turismo los involucra a todas. Al respecto se tiene que según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. Según Arthur Bormann (Berlín, 1930) define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo. Según Walter Hunziker - Kurt Krapf, 1942, "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa". En el mismo contexto, el término "turismología" surgió en los años '60. Pero fue el yugoslavo Živadin Jovičić (geógrafo en su formación académica), el científico considerado "padre de la turismología", quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972. Jovicic consideraba que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión (ni la geografía, ni la economía, ni la sociología, etc.) por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología. Tras recuperarse lentamente de los efectos de la recesión económica de 2008-2009, la cual fue agravada todavía más en algunas regiones debido al brote de la gripe A (H1N1) de 2009, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron un récord de más de 1.000 millones de turistas por primera vez en la historia en 2012. China fue el país cuyos ciudadanos realizaron los mayores gastos en turismo internacional en 2012, alcanzando USD 102 mil millones, superando a Alemania y los Estados Unidos, países que por varios años ocuparon los primeros lugares. China y los mercados emergentes han incrementado en forma significativa sus gastos en turismo, con Rusia y Brasil como ejemplos

³⁵Saavedra Astucuri, Daniela (2013) Turismo peruano. Lima. Editorial San José Págs. 44-45

destacados que han subido varias posiciones en la clasificación de países que más gastan en turismo en el exterior

Por otro lado se tiene que el sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas, cuyas características principales son:

- 1) Productos turísticos. Es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado. Está compuesto por: Los recursos turísticos; Los atractivos turísticos; La planta turística; Los servicios complementarios; Los medios de transporte; La infraestructura básica.
- 2) Turismo individual. Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.
- 3) Turismo de masas. Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.
- 4) Turismo cultural. Puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo en el caso de los países en desarrollo. En este contexto, la implementación y el desarrollo de diversos programas, ya sea a nivel nacional como regional o local, no sólo han estimulado el desarrollo turístico propiamente dicho, sino también han promovido la recuperación y conservación del patrimonio local, y el establecimiento de nuevas industrias culturales locales.
- 5) Urbano: desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto, es el tipo de turismo más grande del mundo y está dado por un turismo masivo.
- 6) Monumental: vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- 7) Arqueológico: vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

- 8) Funerario: vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- 9) De compras: vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- 10) Etnográfico: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- 11) Literario: motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.
- 12) Idiomático: vinculado a los estudios, fundamentalmente a los de idiomas.
- 13) Gastronómico: vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar.
- 14) Enológico: vinculado a los vinos de una zona.
- 15) Industrial: motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.
- 16) Rural: es desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.
- 17) Ecoturismo: basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen las reservas y parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.
- 18) Agroturismo: su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- 19) Agroecoturismo: es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos pero participa en las labores agrícolas, convive con la comunidad y consume los alimentos recolectados con la familia.
- 20) Ornitológico: es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.
- 21) Ictioturismo: es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca realizada en áreas naturales permitidas.
- 22) Cinegético: Turismo enfocado a la caza de animales en lugares específicos (ranchos cinegéticos), donde se permite cazar solamente a animales que han sido criados específicamente para este fin.
- 23) Turismo activo: El turismo activo es aquel que se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan
- 24) Deportivo: la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.

- 25) Aventura: aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, etc.).
- 26) Religioso: una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia.
- 27) Místico: Se relaciona con el turismo orientado a la visita de lugares místicos.
- 28) Médico: está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde son más baratas las atenciones.
- 29) Social: aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.
- 30) Experiencial: aquel en el que el participante toma parte activa en la actividad que está desarrollando. Los turistas se sumergen dentro de historias más o menos fantásticas como en una película.
- 31) Itinerante: se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas e itinerarios preestablecidos.
- 32) Turismo de negocios. El turismo de negocios es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.
- 33) El turismo científico para el público en general apareció por primera vez en países desarrollados, con el objeto de involucrar de una manera más directa y participativa a las personas en el conocimiento del mundo natural. Esta modalidad de turismo, busca ofrecer vacaciones orientadas a un mejor entendimiento de la naturaleza desde un punto de vista científico. Este turismo es muy buena fuente de beneficios económicos. Ahora, en aras de una nueva visión de la ciencia desde la perspectiva de la socialización del conocimiento, nace el Turismo Científico Social orientada al fomento de una cultura turística y científica que permite conocer, compartir y valorar el origen, las costumbres, la sabiduría de un pueblo de forma creativa. Proporcional al desarrollo social y al beneficio que el turismo aporta al baluarte de una localidad.

- 34) Turismo espacial. Los primeros viajes consistían en una estancia de 3 o más días en la Estación Espacial Internacional en la que realizaban fotografías del espacio y la Tierra, videos, conversaciones con personas en la estación, disfrutar de la ingravidez, colaborar con los tripulantes de la estación y también realización de pequeños experimentos.
- 35) Servicios turísticos. Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del: Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Interpretando a Ruiz-Olalla Corcuera (2013)³⁶ señala como rasgos característicos de la calidad del servicio los siguientes: (a) su mayor dificultad de valoración por parte de los clientes en relación con la calidad de los bienes tangibles, (b) la influencia en su determinación de las expectativas de los clientes y (c) el hecho de que su evaluación abarca tanto el servicio en sí mismo como el proceso a través del cual se lleva a cabo su prestación (e incluso, como señala Swiss (1992), pueden incidir factores tales como el comportamiento o la apariencia de la persona encargada de llevar a cabo la provisión del servicio).

Para los servicios que se prestan por parte de empresas privadas (es decir, aquellos por los cuales el receptor paga una contraprestación a cambio) la evaluación de la calidad del servicio supone comparar los niveles de coste que el cliente está dispuesto a asumir con el tipo de prestaciones que espera recibir a cambio, de tal forma que se puede establecer una relación entre los distintos niveles de coste y de calidad deseados, cosa que no es posible en el caso de los servicios públicos (Swiss, 1992), lo que hace que la evaluación de su calidad resulte aún más complicada (Bigné Alcaniz et al, 1995). Además, al no estar claramente delimitada la figura del cliente de las entidades públicas es mucho más difícil conocer cuáles son sus expectativas con relación a los servicios que se suministran a fin de poder evaluar la calidad de los mismos. En este sentido, Melkers y Thomas (1998) se refieren a las distintas fuentes de información a las que pueden recurrir las entidades públicas para predecir las expectativas de los ciudadanos acerca de los servicios públicos, entre las que destacamos la realización de encuestas, el análisis del tipo y volumen las quejas de los ciudadanos con relación a los servicios que reciben y la utilización de estándares técnicos objetivos.

Analizando al MINCETUR (2013)³⁷; desde sus orígenes, el término “turismo” ha sido asociado a la acción de “viajar por placer”. Aún hoy, muchas personas lo entienden

³⁶Ruiz-Olalla. Ob. Cit. Págs. 65-67

³⁷ MINCETUR (2013) Conceptos Fundamentales del Turismo. Lima. Tomado de www.mincetur.gob.pe

exclusivamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. El turismo es, en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación.

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

El mercado turístico; es el lugar donde confluyen, por un lado, la oferta de productos y servicios turísticos y, por el otro, la demanda de los mismos productos y servicios turísticos. El mercado turístico se encuentra conformado por: La oferta turística; La demanda turística; Los operadores turísticos.

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. La oferta esta desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.

El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado. Éste está compuesto por: Los recursos turísticos; Los atractivos turísticos; La planta turística; Los servicios complementarios; Los medios de transporte; La infraestructura básica.

Los recursos turísticos; son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda. Estos recursos han sido categorizados en:

- I. Sitios naturales; esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos.
- II. Manifestaciones culturales; se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos.
- III. Folclor; es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, Para conocer cuales son nuestros recursos turísticos, cuantos son estos y sus características, es necesario contar con un inventario de recursos turísticos.
- IV. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas; comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo.
- V. Acontecimientos programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

El inventario de recursos turísticos constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos que por sus cualidades naturales y/o culturales, pueden constituir una motivación para el turista. Representa un instrumento valioso para la planificación turística, en cualquier ámbito, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico local, regional o nacional. El procesamiento de la información contenida en el inventario es un trabajo permanente e inacabable por naturaleza, en la medida en que necesita estar actualizado constantemente. Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales: i) Debe constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos inventariados, indicando información técnica y la situación en que se encuentran. A partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico con beneficios para la comunidad que habita el espacio geográfico estudiado; ii) Debe ser claro, abierto y dinámico, permitiendo su actualización periódica y la incorporación de nuevos elementos según las tendencias y necesidades de la actividad turística.

Es importante que se evalúe el valor y la jerarquía de los atractivos, según su nivel de impacto en los consumidores nacionales o internacionales. La jerarquización es la capacidad de atracción no es siempre la misma en todos los atractivos turísticos, por ello pueden ser jerarquizados. Para ello, la capacidad de atracción se cuantifica y mide atendiendo al impacto que puedan generar en el turismo internacional o en el interno, este proceso es conocido como jerarquización. Las jerarquías se expresan en una escala ordenada de mayor a menor (3, 2 y 1). Los atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos en las jerarquías anteriores se consideran inferiores al umbral mínimo y se clasifican como jerarquía 0. Estos criterios de evaluación, según la Organización de Estados Americanos (OEA), contemplan los siguientes aspectos:

- **Jerarquía 3.** Recurso excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial). Por ejemplo: Machu Picchu, el lago Titicaca, la ciudad de Cusco, el Callejón de Huaylas, las Líneas de Nazca y el Parque Nacional del Manu.
- **Jerarquía 2.** Recurso excepcional de un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros recursos contiguos. Por ejemplo: el cañón del Colca, la fortaleza de Sacsayhuamán, el nevado Huascarán, la ciudadela de Chan Chan, el volcán Misti. gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y/o pueblo.
- **Jerarquía 1.** Recurso con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales. Por ejemplo: Pachacámac, el museo de la catedral de Lima, etc.
- **Jerarquía 0.** Recurso sin merito suficiente para ser considerado en las jerarquías anteriores.

El Estado promueve su actualización continua a través de las Direcciones Regionales de Comercio, Turismo y Artesanía.

Los atractivos turísticos, son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.

La planta turística; es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Estos se clasifican en:

- 1) **Alojamiento.** Según la OMT, éste se divide en hoteleros y extrahoteleros. Los primeros están conformados por: i) Hoteles que ofrecen alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos). Estos dependen de la categoría de cada establecimiento que se puede clasificar de 5 a 1 estrellas, según la reglamentación vigente en nuestro país, siendo el de 5 estrellas el que brinda mayores y mejores servicios complementarios; ii) Hoteles-apartamento que pueden ofrecer todos los servicios de los hoteles, pero que cuentan adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes. Van de 5 a 3 estrellas; iii) Moteles: Se encuentran ubicados en las carreteras o autopistas, poseen entrada independiente desde el exterior al alojamiento y pueden tener garaje individual o parqueo colectivo. En el Perú aún no se cuenta con esta clasificación; iv) Hostal o pensión: Cumplen las funciones de un hotel, pero no alcanzan las condiciones mínimas indispensables para considerárseles como tales. Puede ser de 3 a 1 estrellas; v) Los extrahoteleros agrupan a: Campamentos que son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o caravanas móviles. Cuentan con instalaciones comunes (sanitarios, lugares para el aseo, el lavado y el tendido de ropa, zonas recreativas). Casa de alojamiento, normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turística y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino. Casas rurales, comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas. Apartamentos que han sido adaptados para permanencias largas.
- 2) **Restaurantes.** Son aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones señaladas en el reglamento de restaurantes en el Perú y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes. Los restaurantes en atención a la calidad de sus instalaciones, equipamiento y servicio que proporcionan, tienen una categoría genérica, que corresponde a Primera, Segunda y Tercera categoría y dentro de éstas, categorías específicas de 5, 4, 3, 2 y 1 tenedor. Los servicios de comidas y bebidas brindadas en los comedores de los establecimientos de hospedaje tanto a sus huéspedes como al público en general, ostentan la misma categoría que tiene asignada el establecimiento de hospedaje.

- 3) **Servicios complementarios.** Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo, tales como: Sistema bancario; Servicios de transporte diversos; Servicios de salud; Cabinas de internet; Comercio en general; Otros (policía, bomberos, etc.).
- 4) **Los medios de transporte.** Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos. Se clasifican en: Transporte terrestre; Transporte acuático; Transporte aéreo.
- 5) **La infraestructura básica:** Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Entre estos encontramos: i) Rutas de acceso. Pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc.; ii) Comunicaciones. Abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc.; iii) Equipamiento urbano. Comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica.

La presentación de la oferta turística para su comercialización se lleva a cabo a través del paquete turístico que es la forma integral en que se presenta la oferta turística. Esta herramienta busca facilitar la comercialización organizada del producto turístico y de esta manera facilitar el viaje al turista. El paquete turístico está compuesto de: Traslado; Transporte; Alojamiento; Alimentación; Tour y excursión. El paquete turístico está integrado por el itinerario, el circuito turístico y el programa.

El itinerario. Es la secuencia de lugares a visitar durante los días que dura el programa de viaje. Incluye también las horas de salida y llegada desde o hacia los destinos elegidos. Se suele complementar la información con un circuito que ilustra gráficamente la distancia entre los atractivos.

El circuito turístico. Es la serie de rutas turísticas que vinculan los puntos de atractivo histórico, cultural, arqueológico, ecológico, etc. y los medios de transporte a utilizar.

Programa turístico. En él se señala en forma detallada lo que se ofrecerá y las actividades que se desarrollarán durante el viaje día por día indicándose los horarios.

Suele incorporarse algunas reseñas de los lugares a visitar, las actividades a desarrollar, los servicios que incluye, los precios, así como recomendaciones y sugerencias para cada caso. El programa debe ser cumplido estrictamente, si se diera lo contrario, el cliente tiene derecho a reclamar por incumplimiento de contrato.

La demanda turística la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística. La demanda turística, como en todo mercado, se divide en: i) Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado; ii) Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico.

Dentro de la Tipología de la demanda, se tiene lo siguiente:

- 1) **Los viajeros:** Según la Organización Mundial de Turismo, a la serie de personas que se movilizan de un lado a otro, dentro o fuera de su lugar de residencia, se les denomina viajeros. Sin embargo, no todos los viajeros pueden ser cuantificados en el sistema estadístico de turismo. Los viajeros no cuantificados en las estadísticas turísticas son: Trabajadores fronterizos; Inmigrantes temporales; Inmigrantes permanentes; Nómadas; Pasajeros en tránsito (que no abandonan el área de tránsito del aeropuerto o puerto, incluido el traslado entre aeropuertos o puertos); Refugiados; Miembros de las fuerzas armadas; Diplomáticos; Representantes consulares (cuando se desplazan de sus países de origen hacia los países donde realizarán sus funciones, se incluye a sus empleados y acompañantes).
- 2) **Los visitantes, unidad básica de la demanda turística:** Los viajeros cuantificados en las estadísticas turísticas se denominan “visitantes” y se dividen en: i) Visitante que pernocta o turista: Es el que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o destino visitado. Dentro de este tipo de visitantes tenemos: No residentes, es decir, extranjeros; Miembros de la tripulación de barcos o aviones extranjeros en reparación o que hacen escala en el país y que utilizan los medios de alojamiento del país (no residentes); ii) Nacionales residentes en el extranjero; iii) Visitante del día o excursionista: Es el que no pernocta en un alojamiento colectivo o privado del país visitado. Se incluye a los pasajeros en crucero, es decir, a los que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a éste para pernoctar. El crucero puede permanecer en el puerto varios días. Están comprendidos en este grupo, por extensión, los propietarios o pasajeros de yates y los pasajeros alojados en tren. Este tipo de visitantes se clasifica en: Pasajeros en crucero; Tripulación no residente en el país visitado y que permanece en él durante el día; Visitantes del día.

Los motivos para viajar de los visitantes son varios, entre ellos tenemos: Ocio, recreo y vacaciones; Visitas a parientes y amigos; Negocios y asuntos profesionales; Tratamientos médicos; Peregrinaciones o asuntos religiosos; Otros motivos.

La actividad turística, se puede clasificar en:

- 1) **Según el tipo de desplazamiento:** Esta clasificación responde a la ubicación geográfica del destino visitado y lugar de residencia del visitante: a) Turismo receptivo o receptor. Es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para nuestro país; b) Turismo interno o doméstico. Es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo. Esta clasificación se encuadra dentro del campo de acción
- 2) **Según la modalidad:** Esta clasificación responde a la actividad desarrollada por el visitante y puede dividirse en dos grandes grupos:
 - a) **Turismo convencional:** Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales;
 - b) **Turismo no convencional:** Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales. Entre estas actividades tenemos: Turismo de aventura. que abarca, a su vez, las siguientes clases: Turismo de aventura suave o soft. Comprende actividades de un nivel básico y aprovecha normalmente los recursos físico-recreacionales. A este tipo de turismo pueden acceder personas que no conocen a profundidad las actividades: Caminata o trekking; Canotaje en aguas de corrientes suaves; Kayac en aguas de corrientes suaves; Montañismo; Cabalgatas; Turismo de aventura fuerte o hard. Es desarrollado por personas que conocen a profundidad estas actividades, pues suponen algunos riesgos: Puenting; Ala delta; Espeleología; Canotaje, kayak, montañismo en lugares de alto riesgo.

Turismo de naturaleza. Se desarrolla en zonas naturales. Existen las de interés específico y las que buscan beneficios personales de la relación con el entorno natural. El ecoturismo. Es el turismo de naturaleza que promueve los rasgos

biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la materia. Turismo rural. El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza.

El Perú, en su condición de país pluricultural, multilingüe, megabiodiverso, de variada geografía, y con un vasto patrimonio arqueológico y arquitectónico, reúne todas las condiciones para favorecer el desarrollo económico y social a través del turismo rural, del turismo educativo.

- c) **Turismo agresivo o emisor.** Es el que realizan los nacionales o residentes de nuestro país al visitar países extranjeros. asegurando a los visitantes, una experiencia única, vivencial y participativa, además de incentivar una mejor utilización del patrimonio natural, cultural y arquitectónico.
 - d) **Turismo místico o religioso.** Se refiere a la corriente de viajeros con motivaciones estrictamente religiosas.
 - e) **Turismo esotérico.** Es aquella demanda interesada en la fuerza de la energía cósmica y su influencia en el hombre y la tierra.
- 3) **Según la forma de viaje:** Puede ser individual, cuando una persona viaja sola, o grupal, cuando los viajeros se desplazan en grupos familiares o laborales.
- 4) **Según el tipo de viaje:** Esta clasificación responde a la toma de decisión del visitante con relación a como adquiere los servicios turísticos, comprende: a) Turismo independiente. Cuando el propio turista compra directa e independientemente los componentes del producto turístico final, es decir, el pasaje, el hotel, el tour y la alimentación; b) Turismo organizado. Cuando el turista adquiere todos los servicios por un precio global, es decir, el “paquete turístico”.

El **turismo Sostenible o Sustentable;** es toda actividad turística tiene que ser sostenible de allí el término turismo sostenible que según la OMT: Es aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro. Este es concebido de tal manera que conduzca al manejo de

todos los recursos de forma tal que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, manteniendo a la vez la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica u los sistemas que soportan la vida. El turismo sostenible tiene los siguientes principios: Utilizar los recursos en forma sostenible; Reducción del sobre-consumo y el derroche; Mantenimiento de la diversidad natural y cultural; Integrar el turismo en la planificación; Sostener la economía local; Involucrar las comunidades locales; Acuerdos consensuados entre los actores involucrados; Personal capacitado; Responsabilidad en el marketing turístico e investigación empresarial. Para ello es necesario desarrollar una conciencia turística.

La **conciencia turística** es la identificación de la población en general con los fines y responsabilidades de la actividad turística así como mostrar una actitud positiva hacia los visitantes tanto nacionales como extranjeros. Se puede desarrollar a partir de una labor educativa a largo plazo que pretenda: a) Un cambio de actitudes y conductas a favor del trato amigable, cálido y personalizado; b) El respeto y la protección del medio ambiente, las tradiciones, las costumbres y la identidad nacional; c) El apoyo al esfuerzo que realizan, tanto el sector público como el privado, por la promoción de inversiones, diversificación de la oferta y desarrollo de la infraestructura.

Respecto a los operadores turísticos; tenemos a las Agencias de Viajes, las cuales son el canal más clásico de comercialización y de operación turística cuya función principal es la intermediación permitiendo acercar la oferta a la demanda. Éstas realizan otras funciones como la venta de boletos aéreos, ferroviarios y terrestres, información y asesoramiento al cliente, hasta la organización de todo tipo de actividad relacionada con el sector de los viajes y turismo el resultado de esta organización se le denomina paquetes turísticos.

2.2.2.1. EFICIENCIA EMPRESARIAL

Según Sallenave (2013)³⁸ la eficiencia empresarial, es el resultado positivo luego de la racionalización adecuada de los recursos, acorde con la finalidad buscada por los responsables de la gestión. La eficiencia está referida a la relación existente entre los bienes o servicios turísticos producidos o entregados y los recursos utilizados para ese fin (productividad), en comparación con un estándar de desempeño establecido. Las entidades podrán garantizar su

³⁸ Sallenave, Jean Paul (2013) Gerencia y planeación estratégica. Bogotá. Editorial. Norma. Págs. 102-105.

permanencia en el mercado si se esfuerzan por llevar a cabo una gestión empresarial eficiente, orientada hacia el cliente y con un nivel sostenido de calidad en los productos y/o servicios que presta.

La eficiencia empresarial puede medirse en términos de los resultados divididos por el total de costos y es posible decir que la eficiencia ha crecido un cierto porcentaje (%) por año. Esta medida de la eficiencia del costo también puede ser invertida (costo total en relación con el número de productos) para obtener el costo unitario de producción. Esta relación muestra el costo de producción de cada producto. De la misma manera, el tiempo (calculado por ejemplo en término de horas hombre) que toma producir un producto (el inverso de la eficiencia del trabajo) es una medida común de eficiencia.

La eficiencia empresarial es la relación entre los resultados en términos de bienes, servicios y otros resultados y los recursos utilizados para producirlos. De modo empírico hay dos importantes medidas: i) Eficiencia de costos, donde los resultados se relacionan con costos, y, ii) eficiencia en el trabajo, donde los logros se refieren a un factor de producción clave: el número de trabajadores.

Si un auditor pretende medir la eficiencia empresarial, deberá comenzar la auditoría analizando los principales tipos de resultados/salidas de la entidad. El auditor también podría analizar los resultados averiguando si es razonable la combinación de resultados alcanzados o verificando la calidad de estos. Cuando utilizamos un enfoque de eficiencia para este fin, el auditor deberá valorar, al analizar como se ha ejecutado el programa, que tan bien ha manejado la situación la empresa. Ello significa estudiar la empresa auditada para chequear como ha sido organizado el trabajo.

La eficiencia empresarial, es la relación entre costos y beneficios enfocada hacia la búsqueda de la mejor manera de hacer o ejecutar las tareas (métodos), con el fin de que los recursos (personas, vehículos, suministros diversos y otros) se utilicen del modo más racional posible. La racionalidad implica adecuar los medios utilizados a los fines y objetivos que se deseen alcanzar, esto significa eficiencia, lo que lleva a concluir que las empresas va a ser racional si se escogen los medios más eficientes para lograr los objetivos deseados, teniendo en cuenta que los objetivos que se consideran son los organizacionales y no los individuales. La racionalidad se logra mediante, normas y reglamentos que rigen el comportamiento de los componentes en busca de la eficiencia.

La eficiencia busca utilizar los medios, métodos y procedimientos más adecuados y debidamente planeados y organizados para asegurar un óptimo empleo de los recursos disponibles. La eficiencia no se preocupa por los fines, como si lo hace la eficacia, si no por los medios. La eficiencia, se puede medir por la cantidad de recursos utilizados en la prestación de servicios. La eficiencia aumenta a medida que decrecen los costos y los recursos utilizados. Se relaciona con la utilización de los recursos para obtener un bien u objetivo.

Interpretando Pérez (2013)³⁹ una decisión es más eficiente cuando mejora la capacidad de la empresa en el desempeño de sus actividades productivas y/o distributivas, es decir cuando más aprendizaje produce la empresa, de modo que esta pueda hacer mejor aquello que tiene que hacer. Dado lo que tiene que hacer una empresa consiste en la realización de unas determinadas actividades productivas-distributivas que sean económicamente eficientes, hemos de concluir que las decisiones eficientes son aquellas que a través del aprendizaje que producen, logran mejorar la eficiencia económica de las actividades de la empresa. El concepto de eficiencia es distinto frecuentemente utilizado cuando la eficacia de una decisión se entiende la relación entre los ingresos producidos por dicha decisión y los incentivos o recursos gastados para ponerla en práctica. En un momento determinado la eficiencia de una empresa vendrá medida por el beneficio correspondiente a la decisión cuya eficacia sea máxima. Las decisiones eficientes son aquellas que hacen crecer dicho beneficio, es decir las que generan alternativas o modos de operar eficaces a los existentes de la decisión pero que no eran factibles antes del aprendizaje producido por esta.

2.2.2.2. EFECTIVIDAD EMPRESARIAL

Según Sallenave (2013)⁴⁰, la efectividad empresarial, se refiere al grado en el cual las empresas logran sus objetivos y metas u otros beneficios relacionados con la prestación de los servicios turísticos que pretendían alcanzar, previstos en la legislación o fijados por el Directorio. Si un auditor se centra en la efectividad, deberá comenzar por identificar las metas de los programas de la entidad y por operacionlizar las metas para medir la efectividad. Dicho término hace énfasis a los resultados, promueve el hacer las cosas correctas y sobretodo en lograr objetivos sin importar el costo o el uso o mal uso de los recursos. Una determinada iniciativa es más o menos eficaz según el grado en que cumple sus objetivos, toma en cuenta

³⁹Pérez López, Juan Antonio (2013) Fundamentos de la Dirección de Empresas. Madrid. Editorial Rialp. Págs. 47-48.

⁴⁰ Sallenave, Jean Paul (2013) Gerencia y planeación estratégica. Bogotá. Editorial: Norma. Págs. 303-309

la calidad del producto y le deja el problema del cómo obtenerlo a la otra variable de la función efectividad, la que llamamos eficiencia. Desde el punto de vista de la empresa, especialmente en los más altos niveles jerárquicos, la eficacia es de una importancia única, de hecho, en la formulación de su Planificación Estratégica, al tratar de darle respuesta al ¿Qué?, ¿Por qué?, ¿Para qué?, el enfoque que necesariamente debe prevalecer, tanto en la formulación de los objetivos como en la formulación de las estrategias, es el de la eficacia.

Según Sallenave (2013)⁴¹, la base para alcanzar la efectividad empresarial es lograr los objetivos empresariales que vienen a ser el conjunto de pretensiones a alcanzarse con relacional crecimiento, posicionamiento, rentabilidad, sobrevivencia o desarrollo de la empresa turística, expresado cualitativamente, como resultado principalmente, del análisis estratégico, de la visión del futuro y de la creatividad de los estrategas. Responde a la pregunta ¿Qué queremos lograr? Por su parte, las metas estratégicas son la afinación del objetivo estratégico, pues es la cuantificación y ubicación en el tiempo de los objetivos estratégicos. Responde a la pregunta ¿Cuánto queremos lograr y para cuando?

Teniendo en cuenta que el proceso de planificación estratégica comienza con la fijación clara, exacta y precisa de la misión, resulta imprescindible que los planificadores (entre los que se encuentran, empresarios, ejecutivos y mercadólogos) conozcan antes, cuál es la definición de misión, con la finalidad que tengan el fundamento básico para iniciar la elaboración de una misión que sea capaz de mover a las personas a ser parte activa de lo que será la razón de ser de la empresa u organización.

La misión es lo que pretende y para quién lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes cautivos, de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general. La misión es el propósito de una organización; el cual, es una función de cinco elementos: (1) la historia de la organización; (2) las preferencias actuales de la gerencia y/o de los dueños; (3) las consideraciones ambientales; (4) los recursos de la organización; y (5) sus capacidades distintivas". Asimismo, la misión es la finalidad pretendida o definición del papel que desea cumplir en su entorno o en el sistema social en el que actúa, y que real o pretendidamente, supone su razón de ser.

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo

⁴¹ Sallenave, Jean Paul. Ob. Cit. Págs. 315-316

que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

La misión equivale a enunciar explícitamente la razón de la existencia del pliego presupuestario, debe reflejar lo que es, haciendo alusión directa a la función general y específica que cumple como instancia de gestión.

Interpretando Seto (2013)⁴², en la efectividad empresarial en los servicios turísticos parte fundamental es disponer del personal efectivo para el servicio de atención al turista nacional y extranjero. Muchas veces nos podemos encontrar con resistencia por parte de los empleados o personal de contacto en asumir la responsabilidad para la aplicación de una fidelización con el cliente. Llevar a cabo programas de formación y comunicación, puede ayudar a los empleados en sus nuevos roles y permitir las ventajas y oportunidades que pueden obtener si son capaces de dar solución inmediata a las reclamos, para ello es preciso seleccionar personas con perfiles adecuados para el trato a las personas y atender entre otras sus reclamos o quejas, formar a los empleados en la cultura de la empresa, aportarles conocimientos necesarios para que desarrollen su espíritu de iniciativa, autonomía y responsabilidad. Tener archivos de nuestros clientes nos pueden ser de gran ayuda para desarrollar un sistema eficaz.

Interpretando a Fernández y Sánchez (2013)⁴³ la efectividad empresarial en los servicios turísticos, se centra en su estudio sobre 119 empresas con unas características comunes, encuentran que la clave fundamental de la efectividad en estas empresas está en la revitalización de sus recursos humanos y en la renovación de los negocios, el éxito en la transición de empresa de pequeño tamaño a mediano tamaño está garantizado si se concretan aquellos aspectos intuitivos e informales que permiten el éxito inicial de las empresas. Entre las principales características que destacan como diferenciadoras de las empresas con éxito están: sentido de la misión, atención a lo fundamental, burocracia mínima, mentalidad de clientes como eje principal, y motivación del personal. El sentido de misión se refleja en una serie de valores que son compartidos por los miembros de la organización y que marcan el rumbo en el trabajo y comportamiento por los miembros de la organización y que marcan el rumbo en el trabajo y comportamiento de las personas para lograr los objetivos propuestos,

⁴²Seto Pamies, Dolors (2013) De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid: ESIC Editorial. Págs. 136-139.

⁴³Fernández Ríos, Manuel; C Sánchez, José (2013) Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación, Madrid: Díaz de Santos. Págs. 66-69.

atender lo fundamental significa centrarse en aquellos elementos básicos para conseguir los objetivos prioritarios de la empresa.

2.2.2.3. COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Interpretando a Robbins & Coulter (2013)⁴⁴, la competitividad empresarial es un concepto que hace referencia a la capacidad de las empresas turísticas de producir bienes y servicios en forma eficiente (con costos declinantes y calidad creciente), haciendo que sus productos sean atractivos, tanto dentro como fuera del país. La Competitividad empresarial es la característica de las empresas turísticas de lograr su misión, en forma más exitosa que otras organizaciones competidoras. Se entiende por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

El término competitividad empresarial es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. A ello se debe la ampliación del marco de referencia de nuestros agentes económicos que han pasado de una actitud autoprotectora a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo. La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario. La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos. El uso de estos conceptos supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización.

Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea "excelencia", o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización. La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general. Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel

⁴⁴ Robbins Stephen & Coulter Mary (2013) Administración. México. Prentice Hall Hispanoamericana, SA. Págs. 205-207.

adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "planificación estratégica". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global. Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa.

La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea de que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación.

La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa, deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas y productos y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

Para Koontz & O'Donnell (2013)⁴⁵ competitividad empresarial es el resultado de una mejora de calidad constante y de innovación en los servicios turísticos. Competitividad está relacionada fuertemente a productividad: Para ser productivo, los servicios educativos, las inversiones en capital y los recursos humanos tienen que estar completamente integrados, ya que son de igual importancia. Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de: La estructura de la institución, las estrategias, la competencia entre instituciones, las condiciones y los factores de la demanda, los servicios de apoyo asociados. La calidad total es la estrategia clave de la competitividad. El mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en una economía cada vez más liberal, marco que hace necesario un cambio total de enfoque en la gestión de las organizaciones. En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten

⁴⁵ Koontz, Harold & Cyril O'Donnell (2013) Administración Moderna- Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas. México. Litográfica Ingramex S.A. Págs. 326-329.

modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

Interpretando a Robbins & Coulter (2013)⁴⁶ la competitividad empresarial es la capacidad de generar la mayor satisfacción de los turistas al menor precio, o sea con producción al menor costo posible. La competitividad depende especialmente de la calidad e innovación del servicio turístico; del nivel de costos y precios de dichos servicios turísticos. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la calidad del producto, la cualidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor. La calidad de producto es la capacidad de producir satisfactores (sean bien económico o bienes y servicios) que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios. Por otro lado, también significa realizar correctamente cada paso del proceso de producción para satisfacer a los clientes internos de la organización y evitar satisfactores defectuosos. Su importancia se basa en que el cliente satisfecho nos vuelve a comprar (en organizaciones mercantiles) o vota, colabora y paga sus impuestos o donativos con gusto (para organizaciones de Gobierno o de Servicio Social). La capacidad de producir más satisfactores (sean bienes o servicios) con menos recursos.

La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano). Una mayor productividad redundará en una mayor capacidad de producción a igualdad de costos, o un menor costo a igualdad de producto. Un costo menor permite precios más bajos o presupuestos menores.

El servicio como componente de la competitividad, es la capacidad de tratar a sus clientes o ciudadanos atendidos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., dejándolos satisfechos de sus relaciones con la organización. Imagen: Es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas. El aumento de la competitividad internacional constituye un tema central en el diseño de las políticas nacionales de desarrollo socioeconómico.

⁴⁶ Robbins Stephen & Coulter Mary (2013) Administración. México. Prentice Hall Hispanoamericana, SA. Págs. 89-92.

La competitividad de las empresas es un concepto que hace referencia a la capacidad de las mismas de producir bienes y servicios en forma eficiente (con costes declinantes y calidad creciente), haciendo que sus productos sean atractivos, tanto dentro como fuera del país. Para ello, es necesario lograr niveles elevados de productividad que permitan aumentar la rentabilidad y generar ingresos crecientes. Una condición necesaria para ello es la existencia, en cada país, de un ambiente empresarial y macroeconómico estable, que transmita confianza, atraiga capitales y tecnología, y un ambiente nacional (productivo y humano) que permita a las empresas absorber, transformar y reproducir tecnología, adaptarse a los cambios en el contexto internacional y exportar productos con mayor agregado tecnológico. Tal condición necesaria ha caracterizado a los países que, a su vez, han demostrado ser los más dinámicos en los mercados mundiales.

Según Stoner (2013)⁴⁷, la competitividad empresarial es la capacidad que tiene la empresa turística de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores por los mejores servicios turísticos que facilita. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. Por ejemplo, una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.

Una empresa es competitiva en precios cuando tiene la capacidad de ofrecer sus productos a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Sin embargo, en ciertos mercados los precios de productos que compiten entre sí puede variar, y una empresa puede tener la capacidad de colocar un producto a un precio mayor que la competencia debido a factores distintos del precio, como la calidad, la imagen, o la logística. En estos tipos de mercado, si la empresa puede colocar sus productos y obtener una rentabilidad, la empresa es competitiva en otros factores.

⁴⁷ Stoner, Freeman Gilbert (2013) Administración. México. Compañía Editorial Continental SA. De CV. Págs. 150-152.

La competitividad en precios es importante en mercados de bienes y servicios estandarizados, mientras que la competitividad en otros factores es importante en mercados de bienes y servicios que pueden ser diferenciados por aspectos como la calidad. Las ventajas son los elementos que permiten tener mayor productividad en relación a los competidores. Las ventajas se pueden clasificar en ventajas comparativas y ventajas competitivas. Las ventajas comparativas surgen de la posibilidad de obtener con menores costos ciertos insumos, como recursos naturales, mano de obra o energía. Las ventajas competitivas se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas. Las ventajas competitivas se crean mediante la inversión en recursos humanos y tecnología, y en la elección de tecnologías, mercados y productos.

2.2.3. REGIÓN CUSCO, PERÚ

Cuzco o Cusco⁴⁸ (en la forma peruana de denominarla) es un departamento del Perú situado en la parte suroriental del país. Ocupa un territorio de más de 71,9 mil kilómetros cuadrados que comprende territorios mayormente montañosos, los más bajos cubiertos por la selva amazónica.

En esta región se encuentran las primeras civilizaciones andinas con la influencia de Huari y Tiahuanaco. Es también cuna del Imperio inca y sitio de la resistencia de los Incas de Vilcabamba tras la Conquista del Perú. Es en este departamento, en la hacienda Marcahuasi (Mollepata), donde en el siglo XVI se cultiva la primera vid del continente americano y se produce el primer pisco.

Sus principales recursos agrícolas son el maíz, la cebada, la quinua, el té y el café. En minería sobresale el oro y en energía el gas.

Ubicación: Ubicado en la región sur oriental del Perú, comprende zonas andinas y parte de la selva alta. Limita al norte con Ucayali, al sur con Arequipa y Puno, al este con Madre de Dios y Puno y al oeste con Arequipa, Apurímac, Ayacucho y Junín.

Creación: Se pierde en la antigüedad.

Superficie: 71,891 km².

Latitud Sur: 11° 13' 19"

Longitud oeste: entre meridianos 72° 59' 52" y 73° 57' 45"

Densidad demográfica: 16,3 hab. /km².

Población: Total: 1 171.403 habitantes (Censo 2007).

Capital del Departamento: Cuzco (3.399 msnm)

Provincias: Acomayo, Anta, Calca, Canas, Canchis, Cuzco, Chumbivilcas, Espinar, La Convención, Paruro, Paucartambo, Quispicanchi y Urubamba.

Distritos: 108.

Clima: Su clima es frío y seco de mayo a diciembre y lluvioso en los meses de enero hasta abril. La temperatura media en la capital es de 12 °C siendo la máxima de 18 °C y la mínima alrededor de 4 °C más o menos. En la selva amazónica es tropical.

⁴⁸ <http://www.regioncusco.gob.pe/>

Geografía: Ríos más importantes: Urubamba, Vilcanota y Apurímac.

Cordilleras: Cordillera de Urubamba, Cordillera de Vilcabamba y Cordillera de Vilcanota

Nevados: Ausangate (6,384 msnm), Salcantay (6,271 msnm), Callangate (6,110 msnm), Chumpe (6,106 msnm), Alcamarinayoc (6,102 msnm), Verónica (5,682 msnm)

Abras: Chimboya (5,150 msnm) en Canchis; Hualla Hualla (4,280 msnm) en Quispicanchi; Huaylla Apacheta (4,700 msnm) en Chumbivilca y La Raya (4,313 msnm) en Canas.

Pongos (Pasos angostos y peligrosos de ríos, del quechua punku que significa puerta): Mainique y Timpia (500 msnm) en La Convención.

Lagunas: Sibinacocha, Pomacanchi y Languilayo.

Historia:

Balcones en la Plaza de Armas de Cuzco. La ciudad del Cuzco está considerada como la ciudad viviente más antigua de América, con una edad aproximada de 3.000 años. El natural desarrollo de la ciudad se vio truncado con la llegada de los españoles, el 15 de noviembre de 1533. En 1536 Manco Inca empezó una guerra contra los invasores, que tuvo su continuación en las rebeliones de Túpac Amaru I y, mucho después Túpac Amaru II, ambos martirizados en la Plaza Mayor. Entre 1814 y 1815 Mateo Pumacahua inició otra revuelta indígena. En 1933 en Argentina, se declaró a la ciudad del Cuzco como la "Capital Arqueológica de América del Sur". En 1978, en Italia, se nombró al Cuzco como "Herencia Cultural del Mundo". El 9 de diciembre de 1983, la Unesco declaró al Cuzco como "Patrimonio Cultural de la Humanidad". La Constitución peruana de 1993 declara al Cuzco como la "Capital Histórica del Perú".

Economía:

Ferrocarril Cuzco - Puno, importante medio de transporte. El turismo es la primordial fuente económica. También es importante la extracción de cobre de las minas de Tintaya y la extracción de oro de la mina de Río Huaypetue, ambas a cielo abierto. En la agricultura Cuzco es líder en la producción de té, café y cacao. Es el segundo productor de papa y soya del Perú. Por otro lado, la explotación del Gas de Camisea es y será determinante para el desarrollo, pues hay dos ricos yacimientos de hidrocarburos. Las reservas recuperables se estiman en 750 millones de barriles de gas natural líquido. Cuzco tiene, asimismo, plantas procesadoras de fertilizantes y una avanzada industria cervecera. Aparte de todo ello, cuenta con las centrales hidroeléctricas de Quillabamba y de Machu Picchu.

Gas de Camisea:

Es en este departamento donde se descubrieron los yacimientos del gas de Camisea y que desde agosto de 2004, después de veinte años de su descubrimiento, y luego de pasar por los departamentos de Ayacucho, Huancavelica e Ica, llega por gasoducto a Lima. En Ica hay una ramificación a Pisco.

La exportación del gas de Camisea está prevista para el año 2008.

De acuerdo a ley, la Región Cuzco recibe por concepto del canon que le corresponde por la explotación del gas de Camisea el 50 por ciento de la regalía que recibe el Estado.

Este país, con la inauguración de Camisea, podrá ingresar al Foro Mundial de Gas, que apunta a convertirse en una tribuna similar a la OPEP. El citado Foro nació en el año 2000 con su primera conferencia en Irán. El objetivo del Foro del Gas, es intercambiar información entre los países exportadores e importadores del gas siguiendo el camino de la OPEP.

Atractivos turísticos:

Machu Picchu, símbolo internacional del Cuzco y del Perú. En la capital podemos destacar la plaza de Armas ó Huacaypata, la Catedral del Cuzco (en cuyo recinto se guarda al Señor de los Temblores, el patrono del Cuzco), la Casa de los Cuatro Bustos, el Convento de Santo Domingo (construido sobre el Coricancha o Templo del Sol), la casa donde nació Garcilaso de la Vega (hoy Museo Histórico Regional) y el Barrio de San Blas. La Iglesia la Merced, que guarda una custodia de oro de más de un metro de altura, la cual posee 1.528 diamantes y 600 perlas y es considerada una de las obras más famosas de la orfebrería mundial. Es en esta iglesia también encontramos los restos de Diego de Almagro el viejo y Diego de Almagro el Mozo. También encontramos museos, como el Museo de Arte Popular y el Museo de Arte pre-colombino.

En los alrededores de la ciudad, la fortaleza de Sacsayhuamán se alza impresionante como la antigua protectora de la gran ciudad del Cuzco; más lejos, el anfiteatro de Kenko, la fortaleza de Pucca Pucara y Tambomachay y, ya en el Valle Sagrado de los Incas, Pisac y su impresionante andenería, Moray, Yucay, Urubamba, Chinchero, Ollantaytambo, donde encontramos la Fortaleza de Ollantaytambo la cual es el comienzo del Qhapaq Ñan (Camino Inca). Por fin, en las alturas, la asombrosa ciudadela de Machu Picchu, Patrimonio Cultural de la Humanidad y una de las Nuevas Maravillas del Mundo. En este departamento se encuentra el segundo sistema glaciario más extenso de los andes tropicales, la cordillera de Vilcanota

donde se encuentra el nevado del Ausangate, también destaca el Parque Nacional del Manú, uno de los más ricos del mundo.

División administrativa:

Se organiza en 13 provincias:

Provincia Capital

- Cusco
- Acomayo Acomayo
- Anta Anta
- Calca Calca
- Canas Yanaoca
- Canchis Sicuani
- Chumbivilcas Santo Tomás
- Espinar Yauri
- La Convención Quillabamba
- Paruro Paruro
- Paucartambo Paucartambo
- Quispicanchi Urcos
- Urubamba Urubamba

Éstas engloban sus 108 distritos

Educación: Colegios públicos y privados

Total: 4.302

Educación inicial: 2.008.

Educación primaria: 1.743.

Educación secundaria: 399

Universidades:

Universidad Nacional San Antonio Abad

Universidad Andina del Cuzco

Universidad Privada TELESUP

Universidad Tecnológica de los Andes

Universidad Alas Peruanas

Universidad Nacional de Ingenieras

Institutos de Educación Superior

Instituto Superior Tecnológico Público "Túpac Amaru"

Instituto Superior Pedagógico Público "Santa Rosa"

Instituto Superior Tecnológico "Telesup"

Instituto Superior Pedagógico Privado "Uriel García"

Instituto Superior Tecnológico "KHIPU"

Instituto Superior Tecnológico "ESITUR"

Cultura:

Festival Internacional de Cortometrajes de Cuzco - FENACO Perú

Festividades:

Inti Raymi: El "Inti Raymi" o "Fiesta del Sol" era la festividad más grande, más importante, espectacular y magnífica llevada a cabo en los tiempos del Imperio del Tahuantinsuyo, el cual basaba su religión en el culto al Sol.

Quyllur Riti: La fiesta empieza el día de la Santísima Trinidad, cuando más de 60.000 peregrinos ascienden hasta el límite de las nieves perpetuas. Se alcanza temperaturas mínimas de -4 °C. El camino se acompaña con una procesión, fuegos artificiales y el mercado simbólico de las Alasitas. La fiesta dura en promedio unos 4 días.

Huanca

Todos los años, el 14 de septiembre, miles de devotos del Cuzco, Perú e incluso de diferentes lugares como Bolivia, Paraguay, Argentina y Chile, se dirigen al Santuario de Huanca para recibir bendiciones. Desde Cuzco, toma de 4 a 6 horas de caminata para llegar a "El Señor de Huanca".

Semana Santa: La Semana Santa es una conmemoración central en el mundo católico pues recuerda la muerte y resurrección de Cristo. En el Cuzco, esta celebración está asociada al Señor de los Temblores, protector de la ciudad.

Corpus Christi: Quince santos y vírgenes de los distintos distritos llegan en procesión a La Catedral para "saludar" al cuerpo de Cristo, es decir, a la hostia consagrada, que se guarda en la fabulosa custodia de oro macizo de 26 kilos y 1,20 metros de alto.

Santurantikuy: Santuranticuy, que significa "venta de santos", es un mercado provisional donde imagineros y artesanos ofrecen las más diversas figurillas para alegrar las fiestas navideñas y acompañar los pesebres o "nacimientos" que se arman en las casas y parroquias.

Señor de los Temblores

Desde 1650 cuando, según los devotos, un lienzo del Cristo de la Buena Suerte detuvo un fuerte sismo que remecía la ciudad del Cuzco, los pobladores le rinden culto a la imagen del Taitacha Temblores.

PERÚ: LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS INTERNACIONALES, ENERO 2002 - AGOSTO 2013

Mes	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 P _i	2013 P _i
Enero	86,441	89,379	105,419	123,935	141,238	154,371	178,584	179,817	205,578	228,313	246,858	255,983
Febrero	85,907	89,773	109,191	125,936	147,813	158,895	184,045	180,674	181,769	211,765	241,127	263,144
Marzo	86,803	85,706	103,728	125,245	141,457	159,010	168,463	171,702	166,503	206,020	228,614	253,180
Abril	73,576	79,777	97,877	112,924	134,210	140,036	155,412	162,388	164,353	196,464	215,975	236,237
Mayo	83,310	83,387	98,223	117,976	131,540	141,483	164,605	158,088	180,127	194,701	215,592	256,187
Junio	86,192	90,937	109,098	121,831	135,782	154,958	173,881	172,915	185,399	204,188	225,036	258,511
Julio	106,612	117,780	143,283	157,451	167,021	188,929	207,437	199,608	227,724	255,468	268,788	302,309
Agosto	99,273	110,037	121,227	146,818	150,563	168,584	187,349	184,093	202,606	229,943	242,986	276,730
Setiembre	84,999	91,972	105,660	130,731	138,794	154,766	164,052	169,396	182,353	205,185	234,605	
Octubre	88,473	92,497	115,850	134,351	141,549	159,341	162,033	186,144	204,456	227,418	244,308	
Noviembre	86,209	95,996	111,574	126,851	137,495	161,266	143,569	181,462	191,979	210,450	238,813	
Diciembre	95,811	108,528	128,829	146,517	153,284	174,761	168,190	193,674	206,340	227,888	242,921	
Total	1,063,606	1,135,769	1,349,959	1,570,566	1,720,746	1,916,400	2,057,620	2,139,961	2,299,187	2,597,803	2,845,623	

Total Turistas Internacionales = Turistas extranjeros + Turistas peruanos residentes en el exterior

P/ Cifra preliminar

Fuente: MININTER-Superintendencia Nacional de Migraciones

Elaboración: MNCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a octubre de 2013

PERÚ: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, SEGÚN OFICINA DE CONTROL MIGRATORIO, ENERO-AGOSTO 2004 - 2013

Oficina de Control Migratorio	Región	Enero - Agosto									
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ^{P1}	2013 ^{P1}
JM Chimbote	ANCASH	31	12	36	13	31	29	64	129	201	357
JM Arequipa / Aeropuerto	AREQUIPA	119	87	123	56	2,528	1,610	1,316	1,964	2,414	1,763
PCM Matarani	AREQUIPA	6	102	32	110	186	11	39	13	11	148
JM Cusco / Aeropuerto	CUSCO	4,466	4,531	780	793	2,645	3,336	3,864	5,826	2,710	3,462
JM Trujillo	LA LIBERTAD	25	18	5	57	15	13	11	12	9	24
JM Chiclayo / Aeropuerto	LAMBAYEQUE	91	53	983	298	52	650	69	311	819	23
PCF La Balsa	LAMBAYEQUE	1,695	1,504	1,198	1,100	1,112	1,061	1,100	1,144	1,106	1,098
PCM Aer. Internacional Jorge Chávez	LIMA Y CALLAO	519,832	629,328	647,739	741,559	851,802	879,485	894,246	1,017,725	1,105,682	1,254,793
PCM Callao	LIMA Y CALLAO	2,561	2,736	10,200	9,576	11,992	22,486	12,145	12,521	14,862	5,696
JM Iquitos / Aeropuerto	LORETO	520	819	83	173	182	207	114	176	142	845
PCF Cabo Pantoja	LORETO	135	213	395	350	445	348	362	335	429	410
Iquitos / Puerto Mayor	LORETO	50	32	221	801	419	255	227	285	1,060	200
PCF Iquitos Santa Rosa	LORETO	1,535	2,772	1,798	2,023	2,552	2,047	2,944	2,512	2,663	2,824
JM Puerto Maldonado	MADRE DE DIOS	256	191	145	170	225	161	145	62	21	41
PCF Iñapari	MADRE DE DIOS	1,197	1,446	2,383	2,749	3,286	3,937	4,378	6,100	9,039	9,299
JM Ilo	MOQUEGUA	33	7	18	11	24	18	965	23	8	16
JM Piura / Aeropuerto	PIURA	101	18	39	74	80	17	107	384	255	196
PCF El Alamor	PIURA	1,332	491	289	300	295	284	220	853	3,205	4,055
PCF Espíndola	PIURA	371	476	465	321	306	279	313	367	143	334
PCF La Tina	PIURA	14,837	12,102	14,119	13,357	18,161	14,713	15,081	16,352	14,264	16,934
PCM Paita	PIURA	2	25	54	80	36	72	118	60	122	101
PCM Talara	PIURA	45	33	77	208	153	130	90	76	33	63
JM Puno / Puerto Puno	PUNO	633	110	107	20	128	8	18	1,292	109	234
Juli / Puerto Juli	PUNO		275	232	301	33	77	20	96	9	101
PCF Desaguadero	PUNO	40,798	41,995	53,798	58,397	61,690	57,789	58,866	54,697	73,535	83,413
Juliaca / Aeropuerto	PUNO		319	7	10	1		8		31	35
PCF Kasani	PUNO	28,757	30,433	39,206	41,841	41,123	44,292	46,216	45,301	52,530	30,371
JM Tacna / Aeropuerto	TACNA	551	161							15	65
PCM Ferrocarril Tacna-Arica	TACNA		3,631	5,871	5,875	4,875	4,998	4,377	1,457	1,424	1
PCF Santa Rosa	TACNA	199,586	227,301	295,336	308,763	343,433	297,412	379,270	459,795	489,101	562,461
JM Tumbes / PCF Aguas Verdes	TUMBES	68,394	70,853	73,715	76,576	71,736	73,254	87,049	96,726	108,704	122,772
JM Pucallpa / Aeropuerto	UCAYALI	80	31	112	95	71	167	178	122	64	44
PCF Purús	UCAYALI	7	11	58	209	159	139	139	146	256	102
Total Turistas Internacionales		888,046	1,032,116	1,149,624	1,266,266	1,419,776	1,409,285	1,514,059	1,726,862	1,884,976	2,102,281

P1 Cifra preliminar

Fuente: MININTER-Superintendencia Nacional de Migraciones

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a setiembre de 2013

PERÚ: INGRESO TRIMESTRAL DE DIVISAS GENERADO POR EL TURISMO RECEPTIVO, 2002-2013

(Millones de US\$)

Trimestre	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 P/	2013 P/
Total	837	1,023	1,232	1,438	1,775	2,007	2,396	2,440	2,475	2,912	3,288	
I Trim	198	232	277	328	412	456	563	581	572	688	787	943
II Trim	198	241	291	341	426	467	572	572	579	686	778	963
III Trim	232	285	339	405	488	557	671	644	671	784	863	
IV Trim	209	265	324	364	449	527	590	643	653	754	860	

Nota: Incluye los rubros Viajes y Transporte de pasajeros.

P/ Cifra preliminar

Fuente: BCRP

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a setiembre de 2013

CUSCO: MOVIMIENTO GENERAL DE PASAJEROS EN VUELOS DOMÉSTICOS E INTERNACIONALES EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL ALEJANDRO VELASCO ASTETE, ENERO 2005 - AGOSTO 2013

Mes	2005			2006			2007			2008			2009			2010			2011			2012			2013		
	Total	Domést.	Internac.	Total	Domést.	Internac.	Total	Domést.	Internac.	Total	Domést.	Internac.	Total	Domést.	Internac.	Total	Domést.	Internac.	Total	Domést.	Internac.	Total	Domést.	Internac.	Total	Domést.	Internac.
Enero	64,322	63,085	1237	63,275	62,133	1142	73,500	72,698	802	94,805	94,775	30	96,302	95,588	714	106,003	104,168	1,835	123,241	120,925	2,316	133,115	130,692	2,423	162,202	161,256	946
Febrero	55,083	54,182	901	56,699	56,694	5	67,234	67,151	83	80,091	79,985	106	80,594	80,137	457	76,106	75,295	811	105,568	104,665	903	120,092	118,292	1,800	157,234	156,183	1,051
Marzo	74,095	72,508	1587	71,473	71,297	176	82,702	82,416	286	102,031	101,288	743	95,526	94,875	651	95,772	95,337	435	126,069	124,988	1,081	133,367	132,345	1,022	175,626	174,480	1,146
Abril	65,045	63,959	1086	74,396	74,096	300	86,257	85,972	285	91,586	90,912	674	110,116	109,176	940	107,055	105,852	1,203	128,703	127,736	967	152,665	151,611	1,054	171,697	170,850	847
Mayo	74,748	73,425	1323	73,354	73,334	20	90,467	90,457	10	107,497	106,782	715	107,061	106,465	596	130,629	129,616	1,013	140,872	139,115	1,757	153,741	153,734	7	201,307	200,533	774
Junio	75,910	74,389	1521	72,598	72,547	51	88,781	88,764	17	101,853	101,018	835	109,945	108,774	1,171	122,374	121,561	813	140,463	138,012	2,451	159,589	159,439	150	188,856	188,009	847
Julio	96,402	94,958	1444	92,484	92,482	2	115,382	115,379	3	124,252	123,012	1,240	124,716	123,155	1,561	143,155	141,453	1,702	174,823	172,473	2,350	186,018	186,005	13	221,433	220,168	1,265
Agosto	98,085	96,554	1531	95,677	95,657	20	117,485	117,454	31	132,178	130,948	1,230	121,759	120,260	1,499	145,993	144,309	1,684	176,548	174,656	1,892	193,045	192,950	95	234,613	233,531	1,082
Setiembre	78,614	77,774	840	77,840	77,832	8	99,496	99,478	18	109,757	108,932	825	112,650	111,718	932	129,578	128,162	1,416	138,506	136,869	1,637	174,274	173,941	333			
Octubre	84,177	83,030	1147	91,316	91,316	0	108,803	108,782	21	123,983	122,925	1,058	122,516	121,482	1,034	151,151	149,246	1,905	163,336	161,731	1,605	194,690	194,094	596			
Noviembre	70,158	69,166	992	73,966	73,864	102	94,486	94,268	218	97,089	95,993	1,096	109,736	108,212	1,524	124,614	122,727	1,887	134,301	132,887	1,414	167,316	166,673	643			
Diciembre	59,256	58,506	750	65,963	65,844	119	83,412	83,384	28	87,356	86,916	440	97,279	95,817	1,462	114,850	112,693	2,157	126,967	125,276	1,691	156,784	156,055	729			
Total	895,895	881,536	14,359	909,041	907,096	1,945	1,108,005	1,106,203	1,802	1,252,478	1,243,486	8,992	1,288,200	1,275,659	12,541	1,447,280	1,430,419	16,861	1,679,397	1,659,333	20,064	1,924,696	1,915,831	8,865			

Nota: Del 21 al 30 de mayo de 2012, se generaron conflictos sociales en la región Cusco originados por el paro antiminero en la provincia de Espinar.

Lord Boliviano se retiró del mercado peruano en enero 2006. Aerotur ingresó al mercado peruano en marzo 2008.

Doméstico: Llegadas y salidas de pasajeros en vuelos domésticos; Internacional: Llegadas y salidas de pasajeros en vuelos internacionales.

Fuente: CORPAC/Área de Planeamiento y Proyectos Estadísticas

Elaboración: MINCETUR/SQ/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a setiembre de 2013

CUSCO: LLEGADA DE VISITANTES AL SANTUARIO HISTÓRICO DE MACHU PICCHU, ENERO 2005 - AGOSTO 2013
 (Las cifras incluyen Ciudad Inka de Machu Picchu, Camino Inka Piscacucho Km. 82, Camino Inka Qorwayrachina Km. 88 y Camino Inka Chachabamba Km.104)

Mes	2005			2006			2007			2008			2009			2010			2011			2012			2013		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	46,793	13,151	33,642	50,845	15,025	35,820	55,712	14,852	40,860	66,262	18,201	48,061	68,782	19,845	48,937	55,934	11,260	44,674	69,057	19,834	49,223	87,730	27,388	60,342	90,744	29,144	61,600
Febrero	32,172	6,220	25,952	34,130	6,017	28,113	39,105	7,512	31,593	43,226	7,201	36,025	46,904	10,001	36,903	0	0	0	45,344	9,163	36,181	54,877	12,877	42,000	56,912	15,356	41,556
Marzo	50,877	11,938	38,939	49,337	11,195	38,142	55,092	12,773	42,319	64,743	13,945	50,798	59,609	14,504	45,105	0	0	0	60,008	13,634	46,374	72,228	18,225	54,003	86,110	23,532	62,578
Abril	43,241	10,108	33,133	52,734	12,547	40,187	59,003	14,602	44,401	58,822	13,368	45,454	69,009	16,580	52,429	50,583	12,038	38,545	69,651	17,043	52,608	91,346	24,135	67,211	85,397	20,468	64,929
Mayo	53,641	13,164	40,477	55,001	13,781	41,220	60,504	15,664	44,840	68,883	16,543	52,340	66,291	17,991	48,300	66,302	20,843	45,459	74,774	20,180	54,594	91,703	22,325	69,378	103,118	25,951	77,167
Junio	51,977	12,011	39,966	50,019	13,079	36,940	58,842	15,247	43,595	64,927	14,886	50,041	62,953	15,580	47,373	62,185	17,295	44,890	75,108	19,829	55,279	87,374	25,099	62,275	94,415	26,942	67,473
Julio	69,960	18,445	51,515	66,153	15,865	50,288	75,737	16,209	59,528	90,017	22,121	67,896	84,638	22,230	62,408	85,365	23,282	62,083	102,181	25,635	76,546	115,198	34,267	80,931	116,407	31,955	84,452
Agosto	78,550	21,028	57,522	77,732	23,026	54,706	89,380	26,124	63,256	94,164	26,079	68,085	81,863	21,922	59,941	87,382	28,049	59,333	114,403	41,394	73,009	113,957	41,027	72,930	127,098	47,118	79,980
Setiembre	59,623	16,990	42,633	61,252	18,468	42,784	67,888	21,551	46,337	78,023	22,494	55,529	71,542	20,410	51,132	70,608	23,010	47,598	90,458	28,101	62,357	102,109	33,439	68,670			
Octubre	75,308	30,907	44,401	76,651	31,119	45,532	90,518	38,942	51,576	91,165	33,261	57,904	80,857	28,821	52,036	89,661	38,288	51,373	109,924	44,898	65,026	119,096	46,071	73,025			
Noviembre	69,212	29,305	39,907	66,158	26,513	39,645	85,795	39,540	46,255	82,593	37,043	45,550	77,873	32,267	45,606	79,892	35,853	44,039	94,958	38,049	56,909	103,853	41,461	62,392			
Diciembre	48,599	21,371	27,228	51,611	24,247	27,364	62,582	28,974	33,608	55,391	16,959	38,432	44,947	13,237	31,710	51,919	17,171	34,748	65,776	22,923	42,853	74,963	25,651	49,312			
Total	679,953	204,638	475,315	691,623	210,882	480,741	800,158	251,990	548,168	858,216	242,101	616,115	815,268	233,388	581,880	699,831	227,089	472,742	971,642	300,683	670,959	1,114,434	351,965	762,469			

En febrero y marzo de 2010, debido a los desastres naturales (23.01.10), se determinó el no acceso de visitantes.

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Cusco

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a septiembre de 2013

CUSCO: LLEGADA DE VISITANTES AL PARQUE ARQUEOLÓGICO DE CHOQUEQUIRAO, ENERO 2005 - AGOSTO 2013

Mes	2005			2006			2007			2008			2009			2010			2011			2012			2013		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	213	139	74	142	73	69	139	64	75	188	79	109	118	0	118	15	3	12	205	60	145	156	56	100	134	12	122
Febrero	133	84	49	170	79	91	175	117	58	110	40	70	113	17	96	161	37	124	128	40	88	90	5	85	48	14	34
Marzo	383	273	110	267	160	107	341	219	122	449	283	166	203	46	157	1,171	346	825	171	55	116	92	13	79	182	79	103
Abril	227	125	102	532	335	197	632	437	195	405	241	164	525	198	327	837	422	415	527	319	208	226	74	152	253	31	222
Mayo	607	334	273	687	395	292	489	274	215	741	411	330	529	77	452	705	390	315	685	340	345	120	33	87	459	40	419
Junio	840	492	348	660	386	274	1,143	765	378	787	487	300	235	14	221	760	319	441	585	321	264	292	106	186	321	51	270
Julio	1,177	676	501	1,400	925	475	1,281	602	679	1,434	747	687	0	0	0	738	326	412	1,192	611	581	577	166	411	576	137	439
Agosto	920	509	411	1,145	654	491	1,536	836	700	1,238	627	611	795	152	643	1,024	535	489	977	481	496	702	312	390	549	119	430
Setiembre	823	526	297	760	417	343	862	478	384	912	545	367	720	449	271	745	384	361	667	366	301	479	155	324			
Octubre	572	374	198	536	340	196	843	548	295	911	613	298	849	519	330	874	594	280	448	240	208	245	38	207			
Noviembre	303	194	109	280	182	98	0	0	0	418	262	156	340	200	140	420	219	201	0	0	0	221	55	166			
Diciembre	363	270	93	281	207	74	261	157	104	138	54	84	142	60	82	214	113	101	198	89	109	134	34	100			
Total	6,561	3,996	2,565	6,860	4,153	2,707	7,702	4,497	3,205	7,731	4,389	3,342	4,569	1,732	2,837	7,664	3,688	3,976	5,783	2,922	2,861	3,334	1,047	2,287			

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Cusco

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a septiembre de 2013

CUSCO: LLEGADA DE VISITANTES AL PARQUE ARQUEOLÓGICO DE PIKILLAQTA, ENERO 2005 - AGOSTO 2013

Mes	2005			2006			2007			2008			2009			2010			2011			2012			2013		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	2,055	1,179	876	2,048	895	1,153	1,973	956	1,017	2,353	1,259	1,094	3,374	2,036	1,338	2,706	1,504	1,202	678	519	159	2,454	1,541	913	2,005	1,089	916
Febrero	1,497	844	653	1,739	996	743	1,463	758	705	3,146	1,953	1,193	3,472	2,166	1,306	2,711	1,129	1,582	530	440	90	2,137	1,339	798	1,507	864	643
Marzo	1,392	431	961	1,699	753	946	1,802	742	1,060	2,107	945	1,162	2,300	1,364	936	4,369	2,020	2,349	786	639	147	2,536	1,484	1,052	1,926	955	971
Abril	1,534	535	999	1,902	736	1,166	2,480	1,028	1,452	1,436	719	717	2,702	1,499	1,203	3,145	2,315	830	777	550	227	2,214	1,195	1,019	1,539	593	946
Mayo	2,202	828	1,374	2,624	1,228	1,396	2,282	1,107	1,175	2,750	1,551	1,199	2,905	1,849	1,056	3,603	2,212	1,391	4,073	2,499	1,574	3,492	1,647	1,845	3,084	1,855	1,229
Junio	2,338	1,017	1,321	1,904	738	1,166	2,139	949	1,190	2,013	890	1,123	2,422	1,380	1,042	2,276	1,480	796	3,123	1,595	1,528	2,230	1,049	1,181	3,433	1,877	1,556
Julio	2,647	1,037	1,610	3,068	1,270	1,798	3,413	1,688	1,725	4,071	2,305	1,766	0	0	0	4,193	2,506	1,687	1,160	822	338	3,488	2,100	1,388	3,337	1,824	1,513
Agosto	3,755	2,324	1,431	2,937	1,757	1,180	4,252	2,733	1,519	3,397	1,999	1,398	2,348	1,409	939	912	667	245	706	509	197	4,858	3,373	1,485	5,208	3,727	1,481
Setiembre	2,791	1,875	916	3,631	2,511	1,120	4,918	3,853	1,065	4,952	3,980	972	3,318	2,600	718	3,638	2,920	718	1,363	978	385	3,565	2,373	1,192			
Octubre	8,357	7,176	1,181	7,366	6,321	1,045	8,463	7,213	1,250	0	0	0	3,802	2,941	861	1,003	129	874	1,398	563	835	6,414	5,514	900			
Noviembre	4,937	3,929	1,008	4,784	3,650	1,134	6,009	5,191	818	6,376	5,447	929	2,509	1,666	843	1,757	1,579	178	1,270	1,270	0	3,931	3,139	792			
Diciembre	2,652	1,844	808	3,121	2,353	768	2,926	2,313	613	2,021	1,242	779	1,039	587	452	2,201	1,625	576	1,145	811	334	2,354	1,755	599			
Total	36,157	23,019	13,138	36,823	23,208	13,615	42,120	28,531	13,589	34,622	22,290	12,332	30,191	19,497	10,694	32,514	20,086	12,428	17,009	11,195	5,814	39,673	26,509	13,164			

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Cusco
 Elaboración: MINCETUR/S/GOGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales
 Con información disponible a septiembre de 2013

CUSCO: LLEGADA DE VISITANTES AL MUSEO HISTÓRICO REGIONAL, ENERO 2005 - AGOSTO 2013

Mes	2005			2006			2007			2008			2009			2010			2011			2012			2013		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	6,614	2,400	4,214	5,309	1,710	3,599	6,575	2,184	4,391	6,804	2,041	4,763	6,483	1,827	4,656	8,537	2,807	5,730	6,323	2,342	3,981	8,488	3,679	4,809	6,975	3,087	3,888
Febrero	6,917	3,499	3,418	3,676	1,364	2,312	5,024	2,296	2,728	4,749	1,886	2,863	4,971	2,391	2,580	4,032	2,040	1,992	7,816	5,583	2,233	5,900	3,281	2,619	5,452	3,019	2,433
Marzo	4,262	1,613	2,649	3,214	1,003	2,211	3,719	1,175	2,544	3,929	1,332	2,597	3,427	1,393	2,034	5,174	2,490	2,684	16,030	13,041	2,989	4,532	1,725	2,807	4,346	1,757	2,589
Abril	3,703	1,402	2,301	3,629	1,497	2,132	3,336	1,020	2,316	4,339	1,605	2,734	3,827	1,516	2,311	6,420	3,712	2,708	7,310	4,391	2,919	6,088	2,486	3,602	5,614	2,074	3,540
Mayo	4,776	1,722	3,054	4,221	1,762	2,459	12,379	10,174	2,205	5,177	2,266	2,911	0	0	0	5,856	3,594	2,262	5,846	2,686	3,160	6,563	2,644	3,919	5,148	1,662	3,486
Junio	4,797	2,163	2,634	4,238	2,094	2,144	4,935	2,519	2,416	4,939	2,339	2,600	4,671	2,456	2,215	6,344	3,280	3,064	5,079	2,457	2,622	6,025	3,082	2,943	5,504	2,308	3,196
Julio	6,949	1,897	5,052	6,335	2,101	4,234	6,785	1,954	4,831	7,050	2,438	4,612	6,995	2,197	4,798	7,055	1,814	5,241	9,547	4,545	5,002	9,030	3,792	5,238	8,850	3,682	5,168
Agosto	8,026	2,966	5,060	7,746	3,406	4,340	7,545	3,220	4,325	8,468	4,670	3,798	7,354	3,106	4,248	7,391	3,603	3,788	12,001	6,622	5,379	9,959	5,534	4,425	9,570	4,983	4,587
Setiembre	7,198	3,765	3,433	7,151	3,978	3,173	5,883	2,879	3,004	6,484	3,463	3,021	7,825	3,437	4,388	6,801	3,729	3,072	9,244	4,822	4,422	8,841	4,653	4,188			
Octubre	9,388	6,392	2,996	9,028	5,970	3,058	9,989	7,096	2,893	7,726	4,708	3,018	9,405	5,632	3,773	8,705	5,842	2,863	11,360	7,746	3,614	10,476	6,707	3,769			
Noviembre	11,073	8,773	2,300	11,979	9,648	2,331	14,179	12,100	2,079	14,579	12,451	2,128	10,766	8,312	2,454	9,921	7,968	1,953	11,854	9,096	2,758	8,926	5,959	2,967			
Diciembre	6,488	4,805	1,683	7,639	6,035	1,604	7,120	5,589	1,531	0	0	0	4,635	2,903	1,732	3,099	1,571	1,528	5,181	3,332	1,849	4,432	2,325	2,107			
Total	80,191	41,397	38,794	74,165	40,568	33,597	87,469	52,206	35,263	74,244	39,199	35,045	70,359	35,170	35,189	79,335	42,450	36,885	107,591	66,663	40,928	89,260	45,867	43,393			

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Cusco
 Elaboración: MINCETUR/SG/OCEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales
 Con información disponible a septiembre de 2013

CUSCO: NÚMERO DE BOLETOS TURÍSTICOS VENDIDOS, ENERO 2005 - AGOSTO 2013

Mes	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Enero	30,844	30,945	35,223	41,495	39,193	41,760	40,926	44,889	43,555
Febrero	23,737	25,089	26,941	31,505	31,143	17,413	29,560	35,754	34,485
Marzo	31,259	30,001	34,362	42,088	36,998	24,853	35,900	39,862	48,340
Abril	29,049	32,638	37,422	38,799	44,740	34,265	43,629	55,232	47,322
Mayo	30,571	33,545	38,844	46,587	40,765	44,005	48,544	52,696	58,139
Junio	30,219	30,635	34,062	43,757	38,223	39,418	42,947	48,865	52,465
Julio	47,607	46,260	58,772	60,218	55,542	58,742	60,529	70,184	75,202
Agosto	47,647	49,231	58,099	59,027	49,366	57,028	73,210	69,434	76,294
Setiembre	37,334	38,362	43,255	52,712	45,609	47,977	63,313	61,379	
Octubre	48,993	53,096	64,319	65,316	54,280	62,147	66,255	76,326	
Noviembre	39,741	38,080	53,215	59,099	51,537	55,922	60,393	59,256	
Diciembre	24,598	24,980	33,220	33,902	34,036	32,329	34,897	42,618	
Total	421,599	432,862	517,734	574,505	521,432	515,859	600,103	656,495	

Fuente: Comité de Servicios Integrados Turístico Culturales (COSITUC)

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a septiembre de 2013

2.3. MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACION

2.3.1. CONCEPTOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Proceso:

Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

Satisfacción del cliente:

Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

Sistema de Gestión de la Calidad:

Sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad.

Gestión de la Calidad:

Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad,

Planificación de la Calidad:

Parte de la gestión de la calidad enfocada al establecimiento de los objetivos de la calidad y a la especificación de los procesos operativos necesarios y de los recursos relacionados para cumplir con los objetivos de la calidad.

Control de la Calidad:

Parte de la gestión de la calidad orientada al cumplimiento de los requisitos de la calidad.

Aseguramiento de la Calidad:

Parte de la gestión de la calidad orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad.

Proyecto:

Proceso único consistente en un conjunto de actividades coordinadas y controladas con fechas de inicio y finalización, llevadas a cabo para lograr un objetivo conforme con requisitos específicos, incluyendo las limitaciones de tiempo, costo y recursos.

Plan de Calidad:

Documento que especifica qué procedimientos y recursos asociados deben aplicar, quién debe aplicarlos y cuándo deben aplicarse a un proyecto, proceso, producto o contrato específico.

Programa de Auditoría:

Conjunto de una o más auditorías planificadas para un período de tiempo determinado y dirigidas hacia un propósito específico.

Criterios de auditoría:

Conjunto de políticas, procedimientos o requisitos utilizados como referencia.

Evidencia de la Auditoría:

Registros, declaraciones de hechos o cualquier otra información que sea pertinente para los criterios de la auditoría y que sean verificables.

Retroalimentación:

Opiniones, comentarios y muestras de interés acerca de los productos o el proceso de tratamiento de las quejas.

Oportunidad de mejora:

Diferencia detectada en la organización, entre una situación real y una situación deseada. La oportunidad de mejora puede afectar a un proceso, producto, servicio, recurso, sistema, habilidad, competencia o área de la organización.

Plan del proyecto de mejora:

Documento que especifica lo que es necesario para alcanzar los objetivos del proyecto de mejora.

Proceso de mejora: Proceso sistemático de adecuación de la organización a las nuevas y cambiantes necesidades y expectativas de clientes y otras partes interesadas, realizada mediante la identificación de oportunidades de mejora y la priorización y ejecución de proyectos de mejora.

Realización del Sistema de Gestión de la Calidad: Proceso de establecimiento, documentación, implementación, mantenimiento y mejora continua de un Sistema de Gestión de la Calidad.

2.3.2. CONCEPTOS DE MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Costos de transacción:

Son los costos que supone medir aquello que se está transando y supervisar en cumplimiento de acuerdos. En general no existen definiciones precisas de este concepto, pero se reconoce que son los costos asociados a establecer, supervisar y hacer cumplir contratos

Competitividad:

La capacidad para colocar los bienes que produce en los mercados, bajo condiciones leales de competencia, de tal manera que se traduzca en bienestar en la población.

Diamante de la competitividad:

Modelo desarrollado por Michael Porter que permite comprender el proceso que lleva a lograr ventajas competitivas internacionales y a la vez identificar la manera como los países puede desarrollar su competitividad. Este modelo puede aplicarse también en espacios más reducidos como las regiones al interior de un país. En el diamante de Porter se analizan las relaciones de cuatro atributos: a) las condiciones de los factores, b) las condiciones de la demanda, c) los proveedores y las industrias relacionadas y de apoyo, d) las estrategias, estructura y rivalidad de las empresas. El entorno se complementa con la e) casualidad) y el f) rol del Estado

Equidad:

Principio ético que establece que un sistema es equitativo cuando las partes que se encuentran en este, reciben el mismo trato. En los negocios la definición de la equidad está dada por el principio de “ganar – ganar”.

Sostenibilidad:

Principio que garantiza una mejor calidad de vida para todas las personas, en el presente y para las generaciones futuras mediante la integración de tres factores: desarrollo económico, protección del ambiente y responsabilidad social.

Tecnologías limpias:

Las tecnologías limpias son una opción amigable con el ambiente que permiten reducir la contaminación sobre el aire, suelo y agua y la generación de desechos, además de aumentar la eficiencia del uso de recursos naturales como el agua y la energía. Permite generar beneficios económicos, optimizando costos y mejorando la competitividad de los productos

Ventaja competitiva:

Una entidad tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas. Algunas fuentes de ventajas competitivas son: elaborar productos con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos que los rivales o diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia

Administración por objetivos:

Filosofía de administración que involucra activamente a los empleados en la fijación de metas específicas y cuantificables, cuyo grado de cumplimiento es evaluado periódicamente para determinar los progresos alcanzados.

Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas):

Metodología de análisis proveniente de la planificación estratégica centrada en los aspectos críticos o relevantes de la situación actual. La metodología FODA surge como reacción a los procedimientos metodológicos de la planificación normativa de los años 1960 -1970, la cual resultaba muy lenta y costosa al poner demasiado énfasis en abracar de manera cuasi científica el máximo de detalles de la realidad.

Benchmarking:

Es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales.

Buena práctica:

Es una experiencia sistematizada y documentada que tenga como fundamento la aplicación de métodos de excelencia y/o innovativos que agreguen calidad adicional al desempeño de los distintos procesos de la gestión pública.

Cadena de mando:

Conjunto de relaciones de dirección y subordinación que abarcan desde la parte superior de una organización hasta sus niveles más operativos, con el objetivo de lograr una adecuada coordinación entre niveles.

Cadena de valor:

La cadena de valor categoriza las actividades que producen valor añadido en una organización. Para cada actividad de valor añadido han de ser identificados los generadores de costos y valor. El marco de la cadena de valor está inserto en el pensamiento de la gestión como una herramienta de análisis para la planificación estratégica. Su objetivo último es maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costos.

Calidad del servicio:

La calidad del servicio es una dimensión específica del concepto de eficacia que se refiere a la capacidad de la institución para responder a las necesidades de sus clientes, usuarios o beneficiarios. Se refiere a atributos de los productos (bienes o servicios) entregados, tales como: oportunidad, accesibilidad, precisión y continuidad en la entrega del servicio, comodidad y cortesía en la atención.

Calidad total:

Herramienta de gestión a través de la cual se consigue la participación activa de las personas en el mejoramiento continuo de la calidad de los servicios, productos y procesos de la organización.

Control de gestión:

Es el proceso mediante el cual los directivos influyen en otros miembros de la organización para que se pongan en marcha las estrategias de ésta.

Cuadro de mando integral:

Es una herramienta de gestión que permite a la organización medir los resultados financieros, satisfacción del cliente, operaciones y la capacidad de la organización para producir y ser competitiva.

Definiciones estratégicas:

Herramienta que entrega información sobre los ejes orientadores del quehacer de una organización y se obtienen a partir de un proceso de Planificación Estratégica o de un proceso más simple de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas en torno al quehacer actual.

Desarrollo organizacional:

Método planeado y sistemático de cambios de los patrones de comportamiento organizacional, que tiene como objetivo aumentar la eficiencia organizacional combinando aspiraciones individuales de crecimiento y desarrollo con metas organizacionales.

Economía:

Este concepto se relaciona con la capacidad de una institución para generar y movilizar adecuadamente los recursos financieros en pos de su misión institucional.

Eficacia:

Se refiere al grado de cumplimiento de los objetivos planteados, es decir, en qué medida el área, o la institución como un todo, está cumpliendo con sus objetivos, sin considerar necesariamente los recursos asignados para ello. Es posible obtener medidas de eficacia en tanto exista claridad respecto de los objetivos de la institución.

Eficiencia:

Logro de los objetivos previamente establecidos, utilizando un mínimo de recursos. El concepto de eficiencia describe la relación entre dos magnitudes físicas: la producción física de un bien o servicio, y los insumos que se utilizaron para alcanzar ese nivel de producto.

Efectividad:

Logro de los objetivos al menor costo y con el menor número de consecuencias imprevistas. Se relaciona con el impacto de las acciones de la organización.

Evaluación del desempeño:

Proceso mediante el cual se mide el desempeño de un individuo en un cargo determinado.

Factores críticos de éxito:

Corresponden a aquellas actividades o procesos de trabajo que son lo suficientemente importantes como para aplicarles el proceso de benchmarking.

Gestión estratégica del conocimiento:

Es una disciplina emergente que tiene como objetivo generar, compartir y utilizar el conocimiento tácito (Know-how) y explícito (formal) existente en un determinado espacio, para dar respuestas a las necesidades de los individuos y de las comunidades en su desarrollo.

Gestión por resultados:

Puede definirse como el modelo que propone la administración de los recursos públicos centrada en el cumplimiento de las acciones estratégicas definidas en el plan de gobierno, en un período de tiempo determinado. De esta forma, permite gestionar y evaluar la acción de las organizaciones del Estado con relación a las políticas públicas definidas para atender las demandas de la sociedad.

Indicadores de desempeño o de gestión:

Herramienta que entrega información cuantitativa respecto al logro o resultado en la entrega de los productos generados por una institución, pudiendo cubrir aspectos cuantitativos o cualitativos de este logro.

Outsourcing:

Herramienta de gestión que busca externalizar todos aquellos servicios o productos en que la organización no es especialista, o que no le es eficiente generar internamente.

Planificación estratégica:

Es una herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr el máximo de eficiencia y calidad de sus prestaciones.

Toma de decisiones:

Acción de seleccionar, bajo ciertos criterios, entre dos o más alternativas para dar solución a un problema. El proceso de toma de decisiones constituye un elemento central dentro de la planificación.

2.4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1. HIPÓTESIS PRINCIPAL O ALTERNATIVA

El sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

2.4.2. HIPÓTESIS SECUNDARIAS

- 1) La gestión de calidad de los recursos facilita la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.
- 2) La ejecución de calidad de los recursos facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.
- 3) La medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos facilita la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

2.5. MARCO FILOSÓFICO, ÉTICO Y SOCIOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.

2.5.1. MARCO FILOSÓFICO DE LA INVESTIGACIÓN

Interpretando a Bunge (2012)⁴⁹, la filosofía es el estudio de ciertos problemas fundamentales relacionados con cuestiones tales como la existencia, el conocimiento, la verdad, la belleza, la mente y el lenguaje. La filosofía se distingue de otras maneras de abordar estos problemas por su método crítico y generalmente sistemático, así como por su énfasis en los argumentos racionales. Una primera aproximación al método filosófico nos hace ver que en realidad comparte con otras investigaciones una misma actitud racional, lo que se denomina la actitud científica.

Para efectos del trabajo debe entenderse que el marco filosófico está relacionado con la razón de ser de la investigación. Este trabajo tiene razón de ser por cuanto el sistema de gestión de calidad es la plataforma fundamental para lograr la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.

La filosofía de la ciencia investiga la naturaleza del conocimiento científico y la práctica científica. Se ocupa de saber, entre otras cosas, cómo se desarrollan, evalúan y cambian las teorías científicas, y de saber si la ciencia es capaz de revelar la verdad de las "entidades ocultas" (o sea, no observables) y los procesos de la naturaleza.

En pocas palabras, lo que intenta la filosofía de la ciencia es explicar problemas tales como: la naturaleza y la obtención de las ideas científicas (conceptos, hipótesis, modelos, teorías, etc.); la relación de cada una de ellas con la realidad; cómo la ciencia describe, explica, predice y contribuye al control de la naturaleza (esto último en conjunto con la filosofía de la tecnología); la formulación y uso del método científico; los tipos de razonamiento utilizados para llegar a conclusiones; las implicaciones de los diferentes métodos y modelos de ciencia.

En el marco filosófico el trabajo tiene una estructura que comprende el aspecto metodológico y teórico y dentro de ambos están de una u otra forma elementos como la problemática, la solución a dicha problemática, los propósitos de la investigación, la recopilación de los puntos de vista de varios autores y los resultados del trabajo de campo. Con todo este arsenal se verifica la existencia de una investigación real, de naturaleza propia y que además de presentar conclusiones valederas, puede ser tomada para aplicarlo para solucionar los problemas institucionales.

⁴⁹ Bunge, Mario (2012) La investigación científica. Su estrategia y su filosofía, Barcelona, Ariel.

El marco filosófico de la investigación está referido también al desarrollo metódico y riguroso, mediante la observación y la razón aplicadas. La observación en el sentido que la situación problemática ha sido ubicada, identificada, evidenciada, es real. En cuanto a la razón, sobre los hechos evidenciados, se presenta una solución razonable, que contiene todos los ingredientes del proceso científico. La razón también se expresa en la lógica seguida para formular el trabajo y llegar a conclusiones válidas para solucionar la problemática.

Los aportes de los estudios epistemológicos están produciendo transformaciones en diferentes escenarios del mundo intelectual y pueden despejar las incógnitas que se tejen a su alrededor. El término epistemología, proviene del verbo griego epistémē (conocimiento, teoría, doctrina) que significa imponerse en algo porque se está seguro, el sustantivo epistémē alude el conocimiento inquebrantable y científico.

La epistemología se relaciona con la manera cómo se aprenden el conocimiento, cómo se organiza el conocimiento, y cuáles son las bases para la organización del conocimiento. En las bases epistemológicas en investigaciones con enfoque hipotético deductivo, el conocimiento debe estar organizado alrededor de conceptos, temas o principios fundamentales y es a partir de la comprensión de estos conceptos, cuando el investigador desarrolla su capacidad de deducir hechos y de hacer aplicaciones particulares. Este enfoque, esta basado en el supuesto que todo el conocimiento se puede obtener en forma deductiva a partir de un conjunto pequeño de ideas generales abstractas; considerándolas verdades básicas.

2.5.2. MARCO ÉTICO DE LA INVESTIGACIÓN

Interpretando a Bunge (2012)⁵⁰, en este marco, todo lo que se expresa en este trabajo es verdad, por lo demás se aplica la objetividad e imparcialidad en el tratamiento de las opiniones y resultados; asimismo, no se da cuenta de aspectos confidenciales que manejan las entidades públicas y privadas relacionadas con el turismo en la región "Cusco, Perú. También se ha establecido una cadena de interrelaciones con personal de la entidad; todo con el propósito de obtener un producto que cumpla sus objetivos. En otro contexto, el contenido de la investigación ha sido planeado desde el punto de vista de la gente que se piensa utilizará los resultados. Sin embargo, es posible que el trabajo cause consecuencias también a otras personas además de las previstas. Considerar estos efectos secundarios fortuitos es el tema en

⁵⁰ Bunge, Mario (2012) La investigación científica. Su estrategia y su filosofía, Barcelona, Ariel.

una subdivisión especial de la metodología - la ética de la investigación; mediante la cual debe realizarse una suerte de puntería para que disminuya las inconveniencias si las hubiere. Los ajenos a que el trabajo de investigación pueda afectar pertenecen a cualquiera de uno de los dos mundos donde la investigación tiene relaciones: o a la comunidad científica de investigadores, o al mundo práctico de empiria y profanos. El trabajo de investigación se conecta con ambas esferas en sus bordes de la "entrada" y de la "salida", que hacen en conjunto cuatro clases de relaciones con la gente exterior, cada uno de los cuales puede potencialmente traer problemas éticos. Cada una de estas cuatro clases de relaciones entre el trabajo de investigación y su contexto son las siguientes: Ética de seleccionar problemas y modelos; Ética de la recolección de datos; Ética de la publicación; Ética de la aplicación; Ética de apuntar trabajos de investigación.

Ética de la recolección de datos: Debe ser innecesario precisar que en ciencia uno de los comportamientos incorrectos más dañinos es la falsificación de datos o resultados. El daño más grave que se causa no es que el infractor alcance indebidamente un grado académico; lo peor es que la información inventada tal vez vaya a ser usada de buena fe por otros, lo que puede conducir a muchos trabajos infructuosos. Eso no ocurrirá en este caso.

Archivo de datos sobre personas: Para proteger a las personas respecto a su presencia en distintos ficheros, de los cuales pueden no tener idea, varios países han desarrollado ahora legislación. Por ejemplo, en el Reino Unido, todo investigador con intención de registrar datos sobre personas debe cumplir las Principles of Data Protection (Directrices sobre protección de datos) en relación con los datos personales que posee. En España, esto está regulado de forma general por la Ley Orgánica del 29 de Octubre de 1992, sobre tratamiento automatizado de los datos de carácter personal. En líneas generales estos principios establecen que los datos personales deben: Ser obtenidos y procesados de forma correcta y legal; Mantenerse solamente para finalidades legales que se describen en la entrada del registro; Ser usados o revelados solamente con esos fines o aquellos que sean compatibles; Ser adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el propósito para el que se mantienen; Ser exactos y, cuando sea necesario, mantenidos al día; Conservarse no más allá de lo necesario para la finalidad con la que se mantienen; Ser capaces de permitir a los individuos tener acceso a la información que se tiene sobre ellos y, cuando proceda, corregirlos o borrarlos; Estar rodeados de las medidas de seguridad adecuadas.

Ética de la publicación: El progreso en la ciencia significa acumulación del conocimiento: las generaciones sucesivas de investigadores construyen su trabajo sobre la base de los resultados alcanzados por científicos anteriores. El conocimiento resultante es de este modo de uso colectivo, lo que exige unas ciertas normas internas de las comunidades científicas. Un tratado clásico sobre estas normas es *The Normative Structure of Science* (1949, 1973), de Robert Merton. En él se enumeran las cuatro características imprescindibles que se supone responden los científicos en sus relaciones mutuas: universalismo, comunismo, desinterés, escepticismo organizado. En este contexto, el "comunismo" significa que los resultados de científicos anteriores se pueden utilizar libremente por investigadores más tarde. El procedimiento correcto entonces es que el inventor original es reconocido en el informe final. Fallando esto, el escritor da la impresión de ser en sí mismo el autor de las ideas. Esta clase de infracción se llama plagio. Los procedimientos para indicar a los escritores originales se explican bajo títulos que presentan los resultados del estudio y de la lista bibliográfica de fuentes. "Las citas sirven para muchos propósitos en un trabajo científico. Reconocen el trabajo de otros científicos, dirigen al lector hacia fuentes adicionales de información, reconocen conflictos con otros resultados, y proporcionan apoyo para las opiniones expresadas en el documento. Más ampliamente, las citas sitúan a un trabajo dentro de su contexto científico, relacionándolo con el estado presente del conocimiento científico. Omitir la cita de la obra de otros puede suscitar algo más que sentimientos desagradables. Las citas son parte del sistema de gratificación de la ciencia. Están conectadas con decisiones sobre financiación y con las carreras futuras de los investigadores. De manera más general, la incorrecta atribución del crédito intelectual socava el sistema de incentivos para la publicación".

Ética de la aplicación. Hace algunas décadas, algunos investigadores querían desechar todo escrúpulo (respeto) ético basándose en que la búsqueda de la verdad es un fin excelso al que deben ceder el paso todas las demás actividades. Sobre un fondo como el de este pensamiento fue tal vez como la tradición de la Edad Media subordinó toda la investigación a la teología. Tal apoteosis de la ciencia ya no es factible. El ciudadano moderno no está dispuesto a aceptar imperativos éticos absolutos. Hoy, cuando se trata de valores en torno a la ciencia y la investigación, de lo que estamos hablando realmente es de preferencias, y cada cual acepta el hecho de que las preferencias varían de una persona a otra. Habitualmente la aplicación de los hallazgos de una investigación produce simultáneamente ventajas para algunas personas y desventajas para otras partes implicadas.

2.5.3. MARCO SOCIOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Interpretando a Bunge (2012)⁵¹, este marco comprende las interrelaciones de los hechos sociales que ha realizado el investigador; busca examinar las bases del desarrollo social y las tendencias propias de las comunidades en su nivel socio-político, económico y cultural. La aplicación del marco sociológico no es una cuestión inventada por el investigador. El marco sociológico, se concreta mediante la aplicación de métodos como el cualitativo y cuantitativo. Desde otra óptica el marco sociológico está referido a la relación que lleva a cabo el investigador, con los autores de investigaciones similares, con los autores de teorías que se tienen en cuenta en la investigación, con las autoridades y personal de la institución motivo de la investigación, así como con las autoridades, docentes, personal administrativo de la entidad a la cual debe presentarse la investigación. Es decir se refiere al conjunto de interrelaciones a todo nivel y sobre diversos aspectos. Sin este marco, simplemente, no puede haber investigación, porque se habla de la gente que rodea al investigador, la gente que de una u otra forma colabora con el trabajo. Esta relación es valorado por el investigador, por eso de entre tantas instituciones selecciona una que le sirve de muestra, de entre tantos autores selecciona solo los que a le interesan presentar, de entre tantos que puede encuestar solo selecciona a los que el estima conveniente hacerlo; todo en el marco de una interrelación sociológica que permite este tipo de comportamiento.

Incluso se puede decir que el marco sociológico es la base para el marco ético y filosófico porque estos marcos no pueden darse, si no se tiene en cuenta la interrelación. En el marco ético la relación es evidente con otros investigadores, tener en cuenta las normas de instituciones que agrupan profesionales, tener en cuenta la razón del trabajo porque hay teorías de filósofos que así lo determinan. Es decir el marco sociológico marca la pauta en todo el trabajo de investigación.

⁵¹ Bunge, Mario (2012) La investigación científica. Su estrategia y su filosofía, Barcelona, Ariel.

CAPITULO III:

MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo básica o pura. Todos los aspectos son teorizados. El sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación es del nivel descriptivo-explicativo, por cuanto se describe el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú. Asimismo se explica la forma como el sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación se ha utilizado los siguientes métodos:

Descriptivo.- Para describir todos los aspectos relacionados con el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

Inductivo.- Para inferir el sistema de gestión de calidad en la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú. Asimismo se inferirá los resultados de la muestra en la población.

Deductivo. – Para sacar las conclusiones del sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño ha sido el plan o estrategia que se desarrolló para obtener la información que se ha requerido en la investigación. El diseño que se aplicó fue el no experimental.

El diseño no experimental se define como la investigación que se realizó sin manipular deliberadamente el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

En este diseño se observó el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú; tal y como se dieron en su contexto natural, para después haberlo analizado y obtenido las conclusiones pertinentes.

3.5. ESTRATEGIA DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

La estrategia que se ha seguido es la siguiente:

- 1) En primer lugar se definió el número de personas a ser encuestadas: 10,000
- 2) En segundo lugar se estableció como parámetro el margen de error del trabajo: 5.00%
- 3) En tercer lugar se definió la hipótesis alternativa y la hipótesis nula de la investigación
- 4) A continuación se aplicó el cuestionario de encuesta, el mismo que contiene preguntas sobre las variables e indicadores del tema de investigación.
- 5) Luego se recibió los resultados de la encuesta. Dichos resultados fueron ingresados al software SPSS a nivel de variables. El sistema está diseñado para trabajar con la información ingresada, al respecto puede facilitar la información a nivel de tablas, en gráficos y otras formas.
- 6) De esta forma el sistema ha proporcionado la tabla de estadísticos, correlación, regresión, anova y coeficiente.
- 7) En estas tablas hay varios elementos que se pueden analizar, sin embargo el más importante es el grado de significancia que se compara con el margen de error propuesto por la investigadora. Si el grado de significancia es menor que el margen de error, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa o hipótesis principal del trabajo.

- 8) En este trabajo la tabla de correlación, anova y coeficientes ha permitido obtener un grado de significancia menor que el margen de error propuesto inicialmente; con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis principal del trabajo, de acuerdo a procedimientos estadísticos generalmente aceptados.

3.6. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACION

TABLA DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES DE LA INVESTIGACION:

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	NR DE ITEM	RELACIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE X. Sistema de gestión de calidad	X.1. Gestión de calidad de los recursos	Grado de gestión de calidad de los recursos	Alto, Medio, Bajo	3	X- Y- Z X.1., Y.1., Z X.2. , Y.2., Z X.3., Y.3., Z
	X.2. Ejecución de calidad de los recursos	Grado de ejecución de calidad de los recursos	Alto, Medio, Bajo	3	
	X.3. Medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos	Grado de medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos	Alto, Medio, Bajo	3	
VARIABLE DEPENDIENTE Y. Mejora de los servicios turísticos	Y.1. Eficiencia empresarial	Grado de eficiencia empresarial	Alto, Medio, Bajo	3	
	Y.2. Efectividad empresarial	Grado de efectividad empresarial	Alto, Medio, Bajo	3	
	Y.3. Competitividad empresarial	Grado de competitividad empresarial	Alto, Medio, Bajo	3	
Ente interviniente: Z. Región Cusco, Perú					

Fuente: Diseño propio.

3.7. POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La población de la investigación estuvo conformada por 10,000 personas entre propietarios, socios, accionistas, funcionarios y trabajadores de las empresas que prestan servicios turísticos; y, los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco.

3.8. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La muestra estuvo conformada por 370 personas entre propietarios, socios, accionistas, funcionarios y trabajadores de las empresas que prestan servicios turísticos; y, los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco.

Para definir el tamaño de la muestra se ha utilizado el método probabilístico y aplicado la fórmula generalmente aceptada para poblaciones menores de 100,000.

$$n = \frac{(p \cdot q)Z^2 \cdot N}{(EE)^2 (N - 1) + (p \cdot q)Z^2}$$

Donde:

n Es el tamaño de la muestra que se va a tomar en cuenta para el trabajo de campo. Es la variable que se desea determinar.

P y q Representan la probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra. De acuerdo a la doctrina, cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.

Z Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error= 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto el valor $Z = 1.96$

N El total de la población. Este caso 10,000 personas, considerando solamente aquellas que pueden facilitar información valiosa para la investigación.

EE Representa el error estándar de la estimación. En este caso se ha tomado 5.00%.

Sustituyendo:

$$n = (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2 \times 10,000) / (((0.05)^2 \times 9,999) + (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2))$$

$$n = 370$$

3.9. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron en la investigación fueron las siguientes:

- 1) **Encuestas.-** Se aplicó al personal de la muestra para obtener respuestas en relación con el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.
- 2) **Toma de información.-** Se aplicó para tomar información de libros, textos, normas y demás fuentes de información relacionadas con el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.
- 3) **Análisis documental.-** Se utilizó para evaluar la relevancia de la información que se considerará para el trabajo de investigación, relacionada con el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

Los instrumentos que se utilizaron en la investigación fueron los cuestionarios, fichas de encuesta y Guías de análisis.

- 1) **Cuestionarios.-** Estos documentos han contenido las preguntas de carácter cerrado sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú. El carácter cerrado fue por el poco tiempo que dispusieron los encuestados para responder sobre la investigación. También contuvieron un cuadro de respuesta con las alternativas correspondientes.
- 2) **Fichas bibliográficas.-** Se utilizaron para tomar anotaciones de los libros, textos, revistas, normas y de todas las fuentes de información correspondientes sobre el

sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

- 3) **Guías de análisis documental.**- Se utilizaron como hoja de ruta para disponer de la información que realmente se va a considerar en la investigación sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

3.10. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Se aplicaron las siguientes técnicas de procesamiento de datos:

- 1) **Ordenamiento y clasificación.**- Se aplicó para tratar la información cualitativa y cuantitativa el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú; en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.
- 2) **Registro manual.**- Se aplicó para digitar la información de las diferentes fuentes sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.
- 3) **Proceso computarizado con Excel.**- Se aplicó para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.
- 4) **Proceso computarizado con SPSS.**- se aplicó para digitar, procesar y analizar datos y determinar indicadores promedios, de asociación y otros sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

3.11. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Se aplicaron las siguientes técnicas:

- 1) **Análisis documental.**- Esta técnica permitió conocer, comprender, analizar e interpretar cada una de las normas, revistas, textos, libros, artículos de Internet y otras fuentes

documentales sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.

- 2) **Indagación.**- Esta técnica facilitó la disposición de datos cualitativos y cuantitativos de cierto nivel de razonabilidad sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.
- 3) **Conciliación de datos.**- Los datos sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú; de algunos autores fueron conciliados con otras fuentes, para que sean tomados en cuenta.
- 4) **Tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes.**- La información cuantitativa sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú ha sido tabulada en cuadros especiales para poder analizarlo e interpretarlo.
- 5) **Comprensión de gráficos.**- Se utilizaron para presentar la información sobre el sistema de gestión de calidad y la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú, en forma gráfica de modo de poder analizarlo e interpretarlo.

CAPITULO IV:

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para iniciar la contrastación de la hipótesis, un primer aspecto es tener en cuenta dos tipos de hipótesis, la hipótesis alternativa y la hipótesis nula.

Hipótesis Alternativa:

H1: El sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú

En cambio la hipótesis nula es la siguiente:

H0: El sistema de gestión de calidad **NO** facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú

CONTRASTACIÓN ESTADÍSTICA:

La hipótesis estadística es una afirmación respecto a las características de la población. Contrastar una hipótesis es comparar las predicciones realizadas por el investigador con la realidad observada. Si dentro del margen de error que se ha admitido 5.00%, hay coincidencia, se acepta la hipótesis y en caso contrario se rechaza. Este es el criterio fundamental para la contrastación. Este es un criterio generalmente aceptado en todos los medios académicos y científicos.

Existen muchos métodos para contrastar las hipótesis. Algunos con sofisticadas fórmulas y otros que utilizan modernos programas informáticos. Todos de una u otra forma explican la forma como es posible confirmar una hipótesis.

En este trabajo se ha utilizado el software SPSS por su versatilidad y comprensión de los resultados obtenidos.

Para efectos de contrastar la hipótesis es necesario disponer de los datos de las variables: Independiente y dependiente.

La variable independiente es **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD** y la variable dependiente es **MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**.

Los resultados del Sistema SPSS, son los siguientes:

1) ESTADÍSTICOS DE LA INVESTIGACION

TABLA DE ESTADÍSTICOS:

ESTADÍSTICOS		SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS
Muestra	Válidos	370	370
	Perdidos	000	000
Media		94.86	96.00
Desviación típica.		5.39	3.43

Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS DE LA TABLA DE ESTADÍSTICOS:

En esta tabla se presentan los estadísticos más importantes.

La media o valor promedio de la variable independiente **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD** es 94.86% en cambio la media o promedio de la variable dependiente **MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS** es 96.00%. Lo que indica un buen promedio para ambas variables, siendo mejor para la variable dependiente, que es la que se busca solucionar, lo cual apoya el modelo de investigación llevado a cabo.

La desviación típica mide el grado de desviación de los valores en relación con el valor promedio, en este caso es 5.39% para la variable independiente **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD** y 3.43% para la variable dependiente **MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**, lo que quiere decir que hay alta concentración en los resultados obtenidos;

siendo mejor dicha concentración en la variable dependiente, lo que favorece al modelo de investigación propuesto.

2) CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

TABLA DE CORRELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES:

VARIABLES DE LA INVESTIGACION	INDICADORES ESTADÍSTICOS	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Correlación de Pearson	100%	79.40%
	Sig. (bilateral)		3.30%
	Muestra	370	370
MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	Correlación de Pearson	79.40%	100%
	Sig. (bilateral)	3.30%	
	Muestra	370	370

Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS DE LA TABLA DE CORRELACIÓN ENTRE VARIABLES:

Esta tabla mide el grado de relación entre las variables independiente y dependiente. Dentro de ello el coeficiente de correlación y el grado de significancia.

La correlación se mide mediante la determinación del Coeficiente de correlación. R = Coeficiente de correlación. Este método mide el grado de relación existente entre dos variables, el valor de R varía de -1 a 1.

El valor del coeficiente de relación se interpreta de modo que a medida que R se aproxima a 1, es más grande la relación entre los datos, por lo tanto R (coeficiente de correlación) mide la aproximación entre las variables.

En la presente investigación el valor de la correlación es igual a 0.794, es decir 79.40%, lo cual indica correlación directa (positiva), regular, por tanto aceptable.

La prueba de significancia estadística busca probar que existe una diferencia real, entre dos variables estudiadas, y además que esta diferencia no es al azar. Siempre que se estudie dos diferencias existe la probabilidad que dichas diferencias sean producto del azar y por lo tanto deseamos conocerlo y para ello usamos la probabilidad que no es más que el grado de significación estadística, y suele representarse con la letra p.

El valor de p es conocido como el valor de significancia. Cuanto menor sea la p, es decir, cuanto menor sea la probabilidad de que el azar pueda haber producido los resultados observados, mayor será la tendencia a concluir que la diferencia existe en realidad. El valor de p menor de 0.05 nos indica que el investigador acepta que sus resultados tienen un 95% de probabilidad de no ser producto del azar, en otras palabras aceptamos con un valor de $p = 0.05$, que podemos estar equivocados en un 5%.

En base al cuadro del SPSS tenemos un valor de significancia (p), igual a 3.30%, el mismo que es menor al margen de error propuesto del 5.00%, lo que, de acuerdo con la teoría estadística generalmente aceptada, permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, desde el punto de vista de la correlación de las variables.

Luego, esto significa que la correlación obtenida para la muestra es significativa y que dicho valor no se debe a la casualidad, si no a la lógica y sentido del modelo de investigación formulado; todo lo cual queda consolidado con la tabla de regresión.

3) REGRESIÓN DEL MODELO DE INVESTIGACIÓN DESARROLLADO

RESUMEN DEL MODELO DE LA INVESTIGACION:

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error tít. de la estimación
1	79.40%	95.10%	75.70%	2.95%

Fuente: Encuesta realizada.

ANÁLISIS DE LA TABLA DE REGRESIÓN:

La Regresión como la correlación son dos técnicas estadísticas que se pueden utilizar para solucionar problemas comunes en los negocios financieros. Muchos estudios se basan en la creencia de que es posible identificar y cuantificar alguna Relación Funcional entre dos o más variables, donde una variable depende de la otra variable.

Se puede decir que Y depende de X, en donde Y y X son dos variables cualquiera en un modelo de Regresión Simple. "Y es una función de X", entonces: $Y = f(X)$

Como Y depende de X. Y es la variable dependiente y X es la variable independiente.

En el Modelo de Regresión es muy importante identificar cuál es la variable dependiente y cuál es la variable independiente.

En el Modelo de Regresión Simple se establece que Y es una función de sólo una variable independiente, razón por la cual se le denomina también Regresión Divariada porque sólo hay dos variables, una dependiente y otra independiente y se representa así: $Y = f(X)$. En esta fórmula "Y está regresando por X". La variable dependiente es la variable que se desea explicar, predecir. También se le llama REGRESANDO ó VARIABLE DE RESPUESTA. La variable Independiente X se le denomina VARIABLE EXPLICATIVA ó REGRESOR y se le utiliza para EXPLICAR Y.

En el estudio de la relación funcional entre dos variables poblacionales, una variable X, llamada independiente, explicativa o de predicción y una variable Y, llamada dependiente o variable respuesta, presenta la siguiente notación: $Y = a + b X + e$. Donde:

a= es el valor de la ordenada donde la línea de regresión se intercepta con el eje Y.

b=es el coeficiente de regresión poblacional (pendiente de la línea recta)

e=es el error

La regresión es una técnica estadística generalmente aceptada que relaciona la variable dependiente **MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS** con la información suministrada por otra variable independiente **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**.

El cuadro del Modelo presenta el Coeficiente de correlación lineal corregido 75.70%, el cual, pese al ajuste que le da el sistema, significa una correlación aceptable.

El Modelo o Tabla de Regresión también nos proporciona el Coeficiente de Determinación Lineal ($R^2 = 95.10\%$). De acuerdo al coeficiente de determinación obtenido el modelo de regresión explica que el 95.10% de la variación total se debe a la variable independiente: **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD** y el resto se atribuye a otros factores; lo cual tiene lógica, por cuanto además de este instrumento hay otros elementos que pueden incidir en la variable dependiente **MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**.

El Modelo también presenta el valor del Coeficiente de Correlación (R), igual al 79.40%, que significa una correlación buena en el marco de las reglas estadísticas generalmente aceptada. Finalmente la Tabla de Regresión presenta el Error típico de Estimación, el mismo que es igual al 2.95%. Dicho valor es la expresión de la desviación típica de los valores observados respecto de la línea de regresión, es decir, una estimación de la variación probable al hacer predicciones a partir de la ecuación de regresión. Es un resultado que favorece al modelo de investigación desarrollado, debido a que está por debajo del margen de error considerado del 5.00%.

4) ANÁLISIS DE LA VARIANZA DE LA INVESTIGACIÓN REALIZADA

TABLA DE ANÁLISIS DE VARIANZA-ANOVA:

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	74.431%	1	74.431%	8.542%	3.08%
	Residual	43.569%	5	8.714%		
	Total	118.000%	6			

Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS DE LA TABLA ANOVA:

Para entender esta tabla, en primer lugar tenemos que tener claro lo que es la varianza.

La varianza es una característica de la muestra que cuantifica su dispersión o variabilidad en relación del valor promedio. La varianza tiene unidades al cuadrado de la variable. Su raíz cuadrada positiva es la desviación típica.

Ahora, ANOVA, son las siglas de Análisis de la Varianza y la misma es una técnica estadística que sirve para decidir / determinar si las diferencias que existen entre las medidas de las variables son estadísticamente significativas. El análisis de varianza, es uno de los métodos estadísticos más utilizados y más elaborados en la investigación moderna. La técnica ANOVA se ha desarrollado para el análisis de datos en diseños estadísticos como el presente.

La Tabla ANOVA, presenta los siguientes resultados: Suma de cuadrados, Grados de libertad, Media cuadrática, Estadístico “F” y el Valor de significancia. El estadístico “F” es el cociente entre dos estimadores diferentes de la varianza. Uno de estos estimadores se obtiene a partir de la variación existente entre las medias de regresión. El otro estimador se obtiene a partir de la variación residual. La Tabla de ANOVA, recoge una cuantificación de ambas fuentes de variación (sumas de cuadrados), los grados de libertad (gl) asociados a cada suma de cuadrados y el valor concreto adoptado por cada estimador de la varianza muestral (media cuadrática: se obtiene dividiendo las sumas de cuadrados entre sus correspondientes grados de libertad). Ahora, el cociente entre estas dos medias cuadráticas nos proporciona el valor del Estadístico “F”, el cual aparece acompañado de su correspondiente nivel crítico o nivel de significación observado. El valor del estadístico F: 8.542, que si bien no es muy alto, sin embargo es representativo para la predicción del modelo lineal.

Luego tenemos el Valor sig = 3.08%. Ahora comparando el margen de error del 5.00% propuesto y el valor de significancia, p=3.08%, tenemos que este último es menor. Por tanto, de acuerdo a la doctrina estadística generalmente aceptada, se concreta en el rechazo de la hipótesis nula y en la aceptación de la hipótesis del investigador. Lo que de otro modo, significa también que se acepta el modelo obtenido a partir de la muestra considerada.

5) COEFICIENTES DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

TABLA DE COEFICIENTES:

Modelo	Variables	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta	B	Error típ.
1	MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	43.80%	17.55%		2.50%	3.04%
	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	55.10%	18.90%	79.40%	2.92%	3.20%

Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS DE LA TABLA DE COEFICIENTES:

Por último tenemos el Coeficiente de Regresión, que en un modelo de regresión lineal presenta los valores de “a” y “b” que determinan la expresión de la recta de regresión $Y = a + bX$.

Esta tabla proporciona las siguientes columnas: Coeficientes no Estandarizados, Coeficientes Estandarizados, el valor de “t” y el Grado de Significancia.

Es necesario estimar los coeficientes de regresión estandarizados o coeficientes beta, lo que permite que los coeficientes sean más comparables. El coeficiente estandarizado o coeficiente beta indica el peso relativo de cada variable, sin importar la unidad de medida en que se encuentren expresadas.

En la tabla el coeficiente de regresión estandarizado para la variable dependiente: **MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS** está vacío porque el estándar está dado justamente por dicha variable, en cambio el Coeficiente para la variable independiente: **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD** es 79.40%. Lo cual indica el peso que tiene dicha variable sobre la variable dependiente.

Luego en relación con el Coeficiente no estandarizado, se tiene dos sub-columnas, una para el Valor de cada variable en el contexto del modelo (B) y otra para el error típico. Luego, el valor de la variable dependiente **MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS** es 43.80%, el mismo que es significativo, para los fines de la investigación, de acuerdo a convenciones generalmente aceptadas de la ciencia Estadística.

La tabla también presenta la columna “t”, el mismo que es un estadístico que se obtiene de dividir el coeficiente no estandarizado entre su error típico. El mismo que es favorable al Modelo.

La columna de mayor relevancia está referida al Grado de significancia, que el sistema SPSS, lo presenta como sig. El grado de significancia se compara con el denominado margen de error propuesto, en el presente caso: 5.00% y se establece la contrastación de la hipótesis.

El valor del Grado de significancia obtenido en la tabla, para el caso de la variable dependiente **MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS** es 3.04%, luego este valor es menor que el margen de error del 5.00% propuesto, entonces se concluye que a un nivel de significancia del 3.04% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

En el caso de la Variable Independiente **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD** se tiene que el valor de $p = 3.20\%$, al igual que en el caso anterior, también es menor que el margen de error del 5.00% propuesto por el investigador; por tanto se concluye que a un nivel de significancia propuesto del 3.20% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

4.2. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

TABLA No. 1:

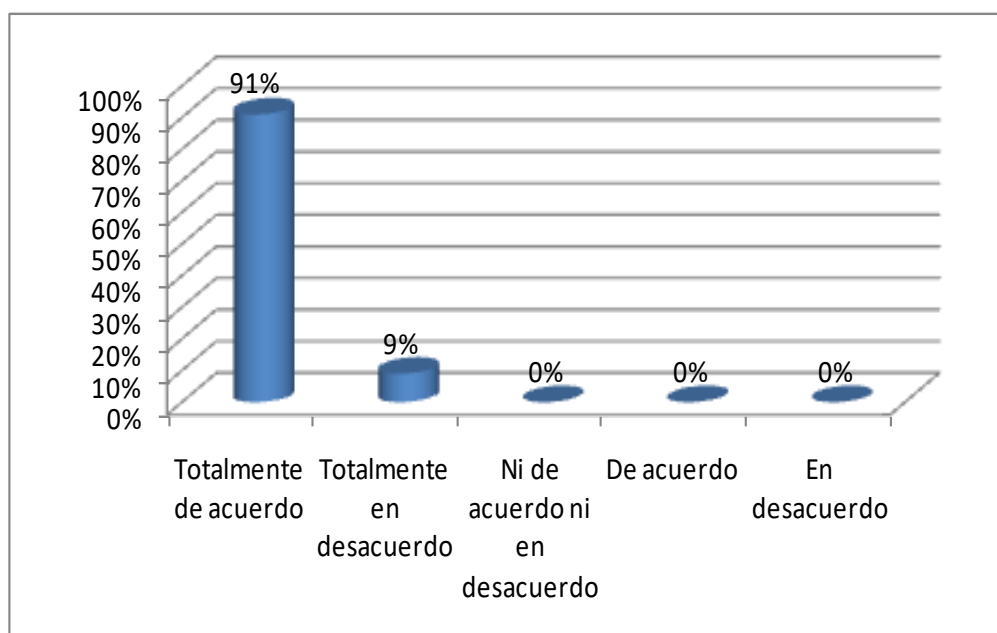
El sistema de gestión de calidad podrá mejorar la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	337	91.00
2	Totalmente en desacuerdo	33	9.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Encuesta realizada

GRAFICO No 1:

El sistema de gestión de calidad podrá mejorar la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 91% de los encuestados acepta que el sistema de gestión de calidad podrá mejorar la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 2:

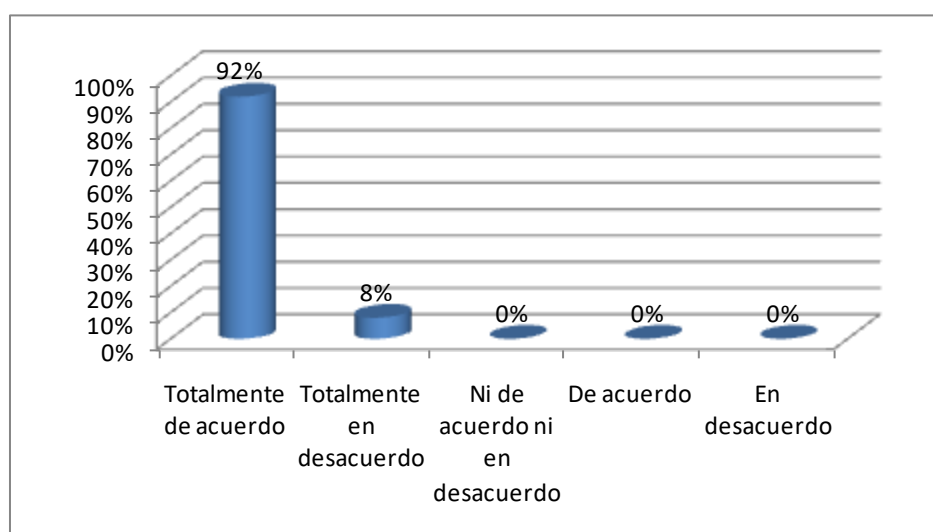
La gestión de calidad de los recursos, como parte del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	340	92.00
2	Totalmente en desacuerdo	30	8.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada

GRAFICO NR 2:

La gestión de calidad de los recursos, como parte del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 92% de los encuestados acepta que la gestión de calidad de los recursos, como parte del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 3:

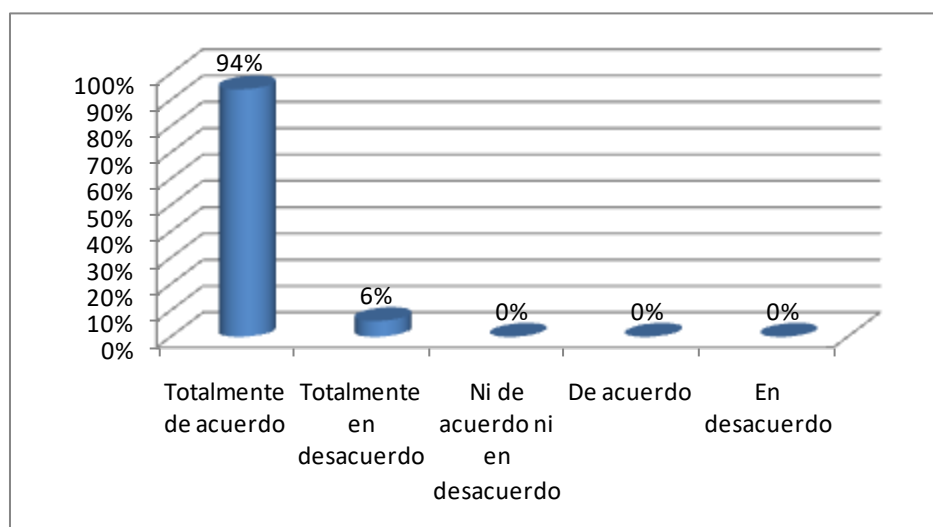
La ejecución o realización de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	348	94.00
2	Totalmente en desacuerdo	22	6.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 3:

La ejecución o realización de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 94% de los encuestados acepta que la ejecución o realización de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 4:

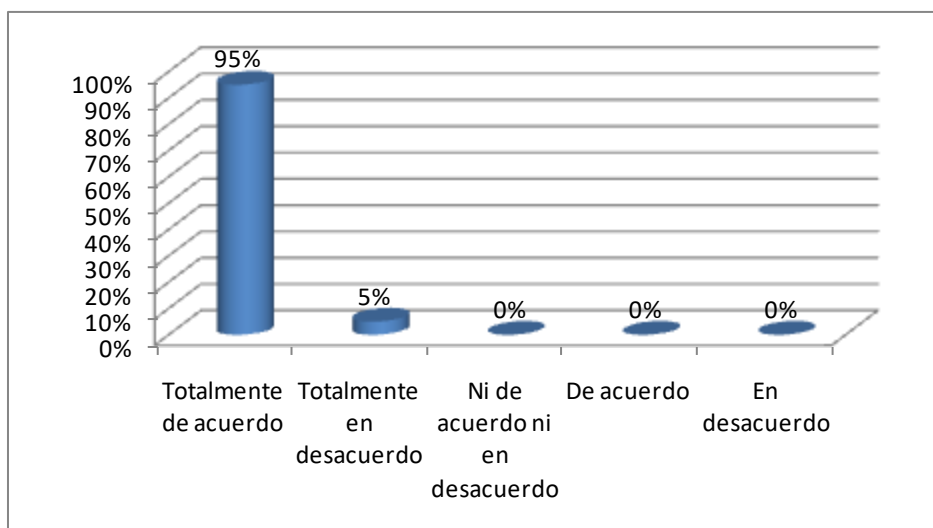
La medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	352	95.00
2	Totalmente en desacuerdo	18	5.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Encuesta realizada

GRAFICO No. 4:

La medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 95% de los encuestados acepta que la medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 5:

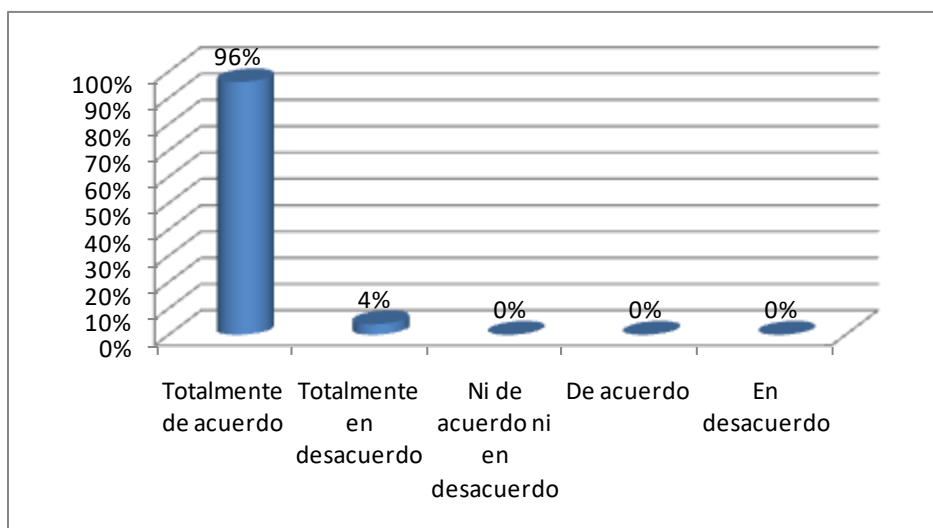
El análisis del enfoque basado en procesos del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	355	96.00
2	Totalmente en desacuerdo	15	4.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 5:

El análisis del enfoque basado en procesos del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 96% de los encuestados acepta que el análisis del enfoque basado en procesos del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 6:

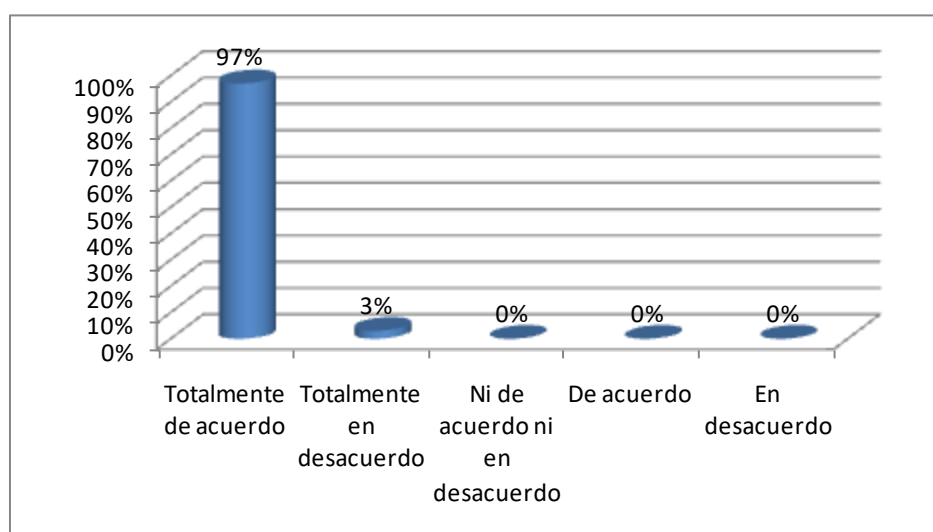
Con un enfoque basado en procesos se busca que las empresas articulen sus procesos, procedimientos, tareas y el trabajo de las personas de forma sistémica, con lo que se logrará una mejora de la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	359	97.00
2	Totalmente en desacuerdo	11	3.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 6:

Con un enfoque basado en procesos se busca que las empresas articulen sus procesos, procedimientos, tareas y el trabajo de las personas de forma sistémica, con lo que se logrará una mejora de la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 97% de los encuestados acepta que con un enfoque basado en procesos se busca que las empresas articulen sus procesos, procedimientos, tareas y el trabajo de las personas de forma sistémica, con lo que se logrará una mejora de la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 7:

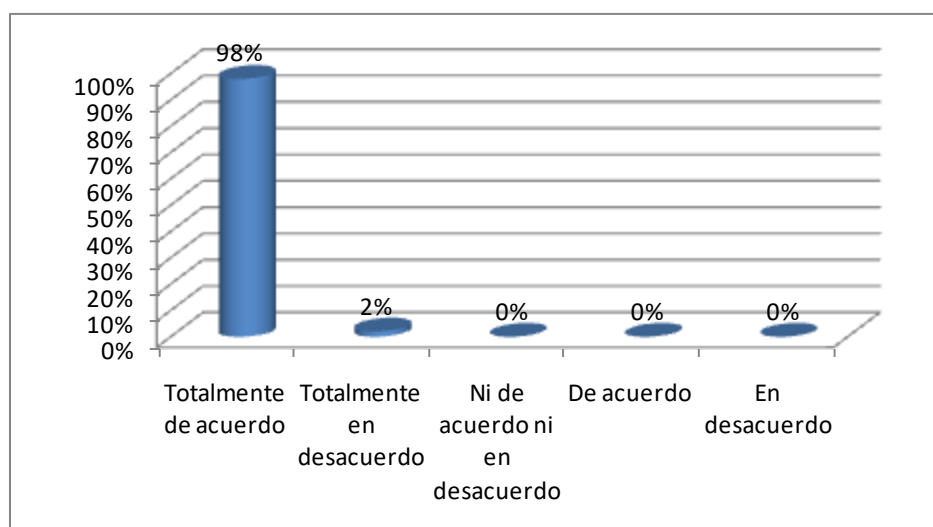
El enfoque basado en los procesos pretende fomentar la adopción de la norma de calidad para gestionar una organización con eficiencia del servicio en la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	363	98.00
2	Totalmente en desacuerdo	07	2.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 7:

El enfoque basado en los procesos pretende fomentar la adopción de la norma de calidad para gestionar una organización con eficiencia del servicio en la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 98% de los encuestados acepta que el enfoque basado en los procesos pretende fomentar la adopción de la norma de calidad para gestionar una organización con eficiencia del servicio en la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 8:

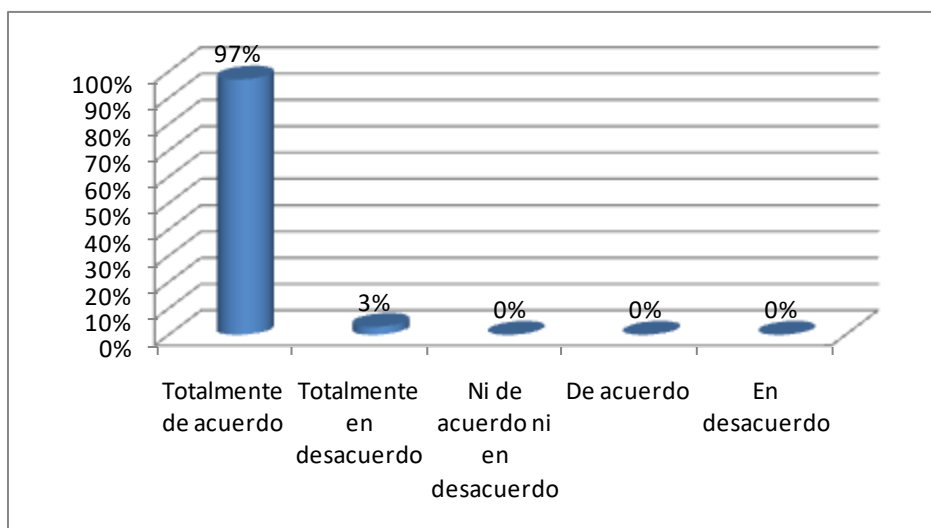
El ISO 9001 tiene como base el modelo del enfoque a procesos el cual se orienta a la mejora permanente de la calidad de los servicios turísticos de las empresas de la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	359	97.00
2	Totalmente en desacuerdo	11	3.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 8:

El ISO 9001 tiene como base el modelo del enfoque a procesos el cual se orienta a la mejora permanente de la calidad de los servicios turísticos de las empresas de la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 97% de los encuestados acepta que el ISO 9001 tiene como base el modelo del enfoque a procesos el cual se orienta a la mejora permanente de la calidad de los servicios turísticos de las empresas de la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 9:

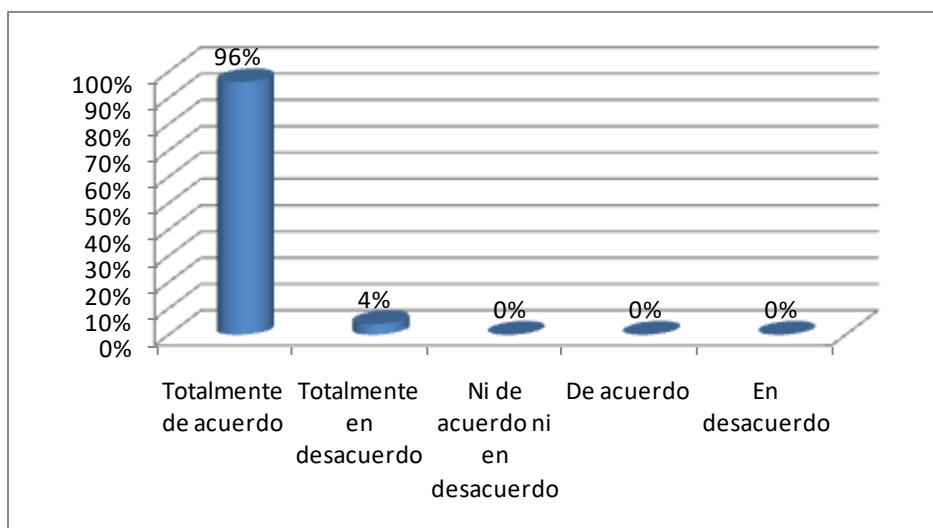
La capacitación del personal involucrado dentro del sistema de gestión ISO 9001, facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	355	96.00
2	Totalmente en desacuerdo	15	4.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 9:

La capacitación del personal involucrado dentro del sistema de gestión ISO 9001, facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 96% de los encuestados acepta que la capacitación del personal involucrado dentro del sistema de gestión ISO 9001, facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 10:

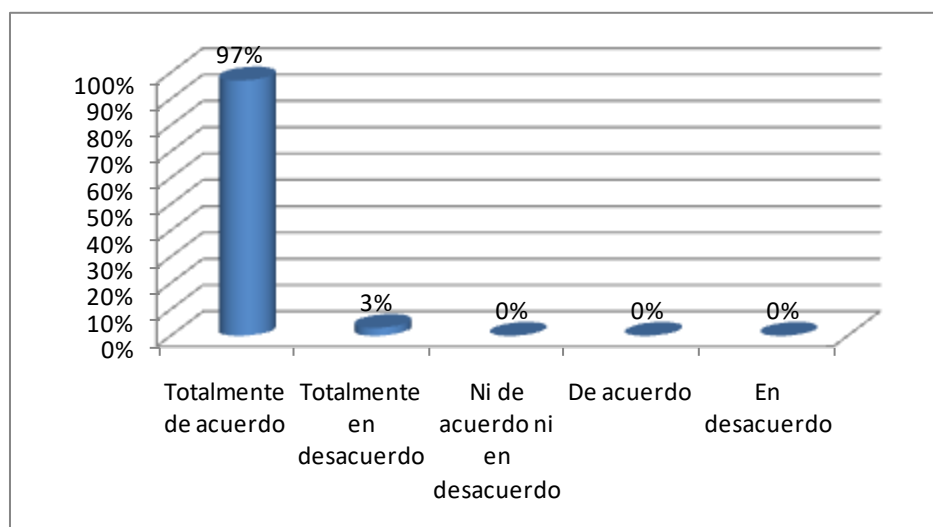
La capacitación y la educación en la calidad de los servicios turísticos, son fundamentales para que el proceso sea efectivo y en favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	359	97.00
2	Totalmente en desacuerdo	11	3.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 10:

La capacitación y la educación en la calidad de los servicios turísticos, son fundamentales para que el proceso sea efectivo y en favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 97% de los encuestados acepta que la capacitación y la educación en la calidad de los servicios turísticos, son fundamentales para que el proceso sea efectivo y en favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú

TABLA No. 11:

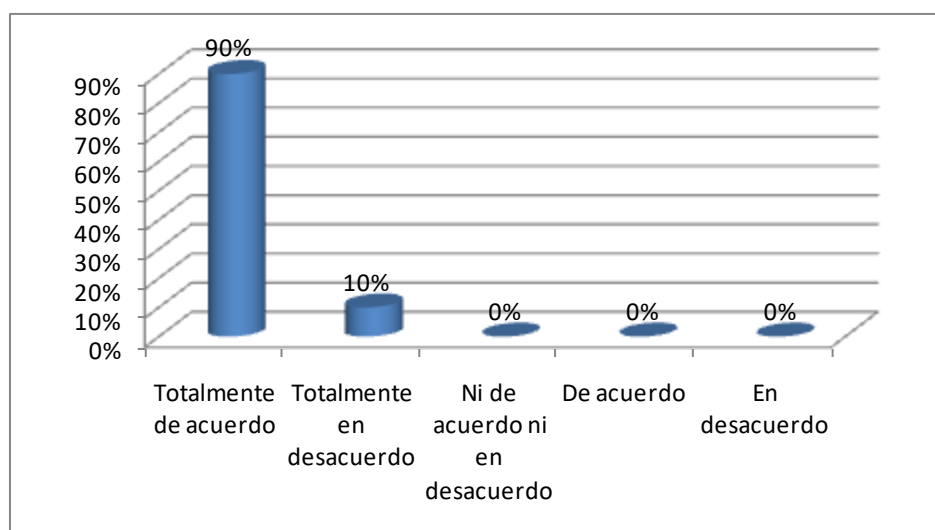
En la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú, la búsqueda de la calidad conduce a un gran compromiso continuo para los turistas nacionales y extranjeros.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	333	90.00
2	Totalmente en desacuerdo	37	10.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 11:

En la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú, la búsqueda de la calidad conduce a un gran compromiso continuo para los turistas nacionales y extranjeros.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 90% de los encuestados acepta que en la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú, la búsqueda de la calidad conduce a un gran compromiso continuo para los turistas nacionales y extranjeros.

TABLA No. 12:

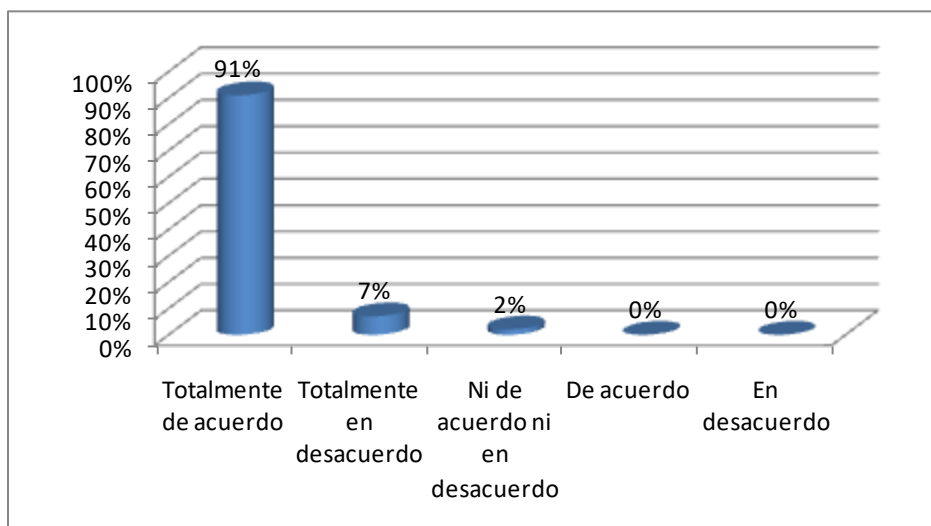
La mejora de los servicios turísticos, es un conjunto de actividades diseñadas para lograr un buen servicio a favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	337	91.00
2	Totalmente en desacuerdo	26	7.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	07	2.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 12:

La mejora de los servicios turísticos, es un conjunto de actividades diseñadas para lograr un buen servicio a favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 91% de los encuestados acepta que la mejora de los servicios turísticos, es un conjunto de actividades diseñadas para lograr un buen servicio a favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 13:

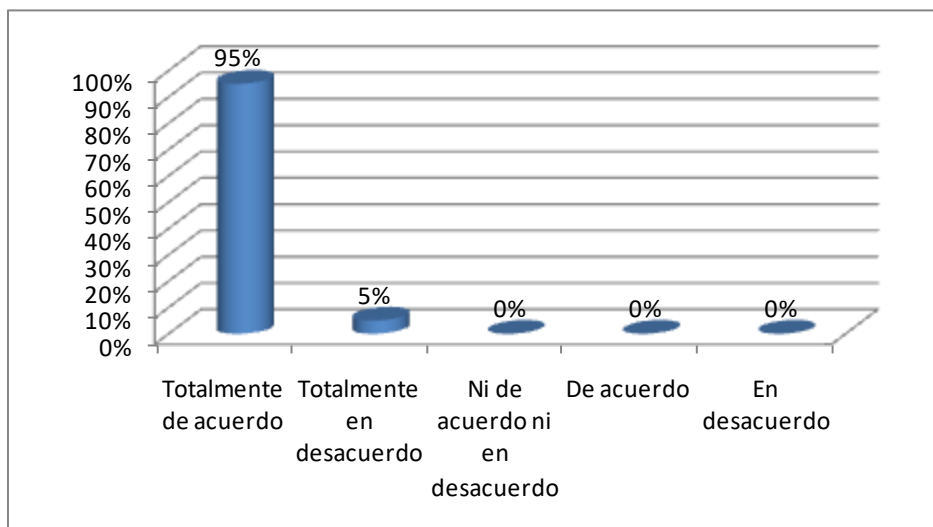
La mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú tiene como objetivo central la orientación hacia la satisfacción del turista nacional y extranjero.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	352	95.00
2	Totalmente en desacuerdo	18	5.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 13:

La mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú tiene como objetivo central la orientación hacia la satisfacción del turista nacional y extranjero.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 95% de los encuestados acepta que la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú tiene como objetivo central la orientación hacia la satisfacción del turista nacional y extranjero.

TABLA No. 14:

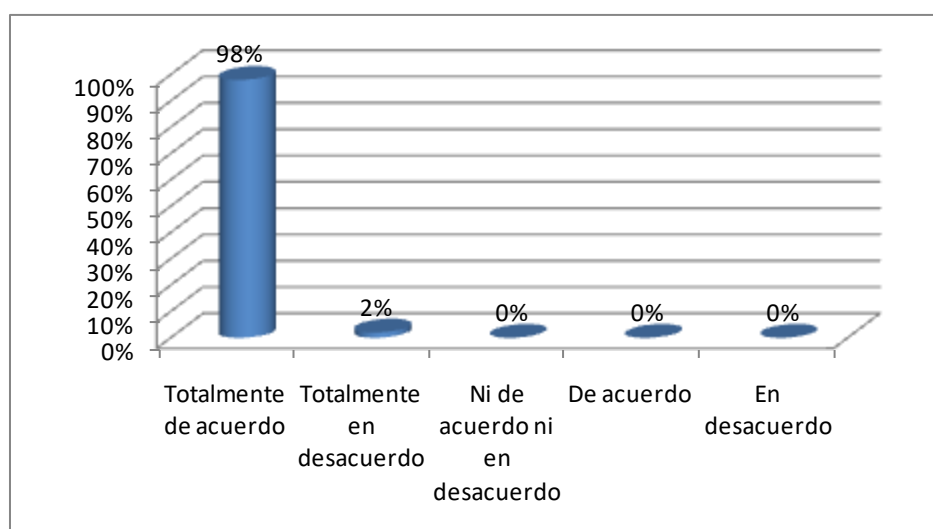
La mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú, que podemos apreciar en el campo de las investigaciones, puede contrastarse también en las estrategias y políticas seguidas por otras entidades.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	363	98.00
2	Totalmente en desacuerdo	07	2.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 14:

La mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú, que podemos apreciar en el campo de las investigaciones, puede contrastarse también en las estrategias y políticas seguidas por otras entidades.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 98% de los encuestados acepta que la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú, que podemos apreciar en el campo de las investigaciones, puede contrastarse también en las estrategias y políticas seguidas por otras entidades.

TABLA No. 15:

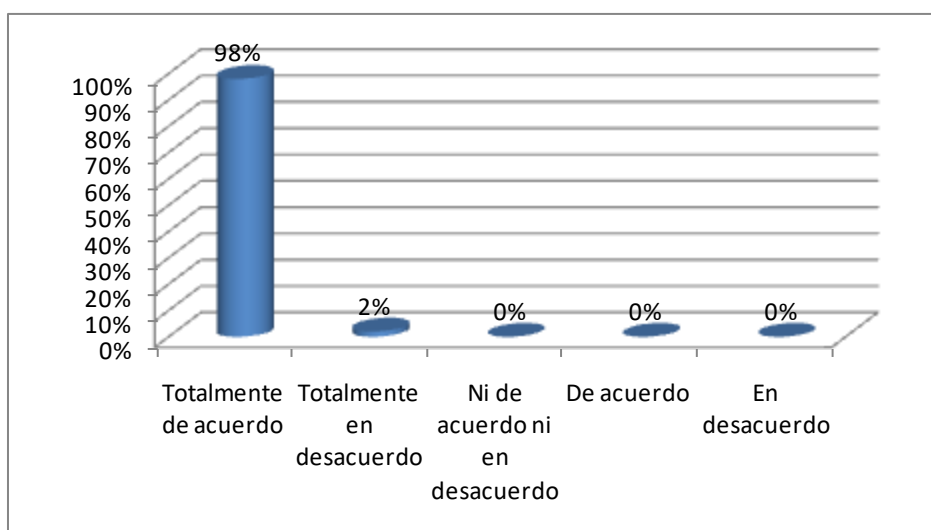
La mejora de los servicios turísticos es fundamental para que los procesos sean efectivos y cumplan las metas y objetivos definidos por las empresas de la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	363	98.00
2	Totalmente en desacuerdo	07	2.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 15:

La mejora de los servicios turísticos es fundamental para que los procesos sean efectivos y cumplan las metas y objetivos definidos por las empresas de la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 98% de los encuestados acepta que la mejora de los servicios turísticos es fundamental para que los procesos sean efectivos y cumplan las metas y objetivos definidos por las empresas de la Región Cusco, Perú

TABLA No. 16:

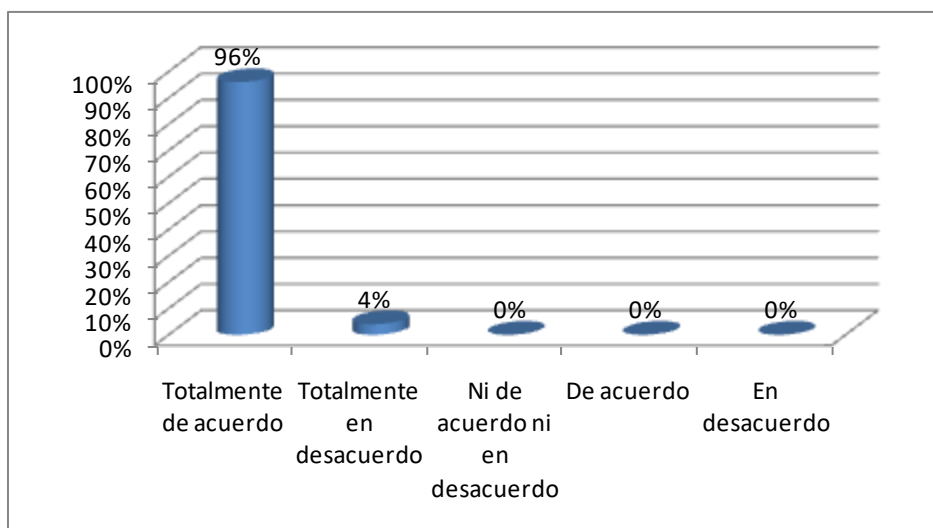
Para que funcione con eficiencia empresarial, los servicios turísticos tienen que racionalizarse los recursos de las empresas de la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	355	96.00
2	Totalmente en desacuerdo	15	4.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 16

Para que funcione con eficiencia empresarial, los servicios turísticos tienen que racionalizarse los recursos de las empresas de la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 96% de los encuestados acepta que para que funcione con eficiencia empresarial, los servicios turísticos tienen que racionalizarse los recursos de las empresas de la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 17:

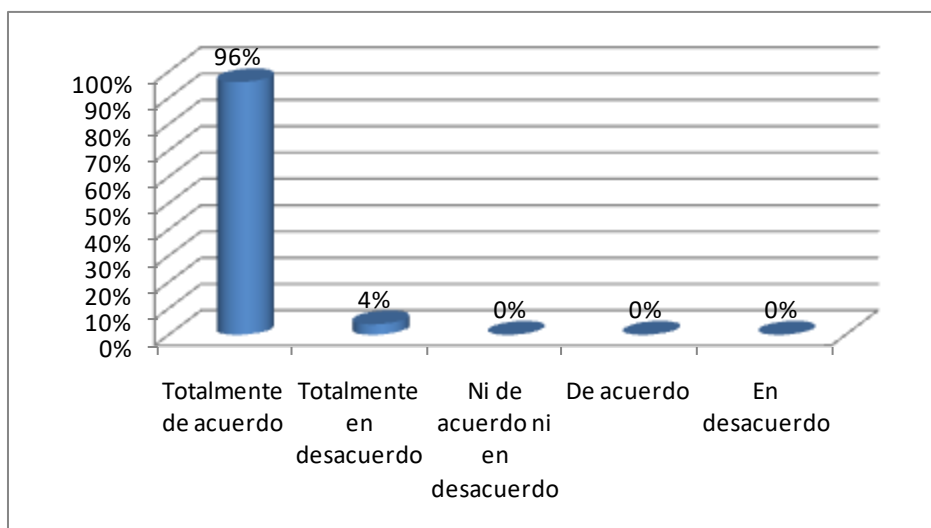
La eficiencia del cumplimiento de los objetivos la Región Cusco, Perú, estará enfocada en el capital humano responsable y comprometido con los servicios turísticos.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	348	94.00
2	Totalmente en desacuerdo	00	6.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 17:

La eficiencia del cumplimiento de los objetivos la Región Cusco, Perú, estará enfocada en el capital humano responsable y comprometido con los servicios turísticos.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 94% de los encuestados acepta que la eficiencia del cumplimiento de los objetivos la Región Cusco, Perú, estará enfocada en el capital humano responsable y comprometido con los servicios turísticos.

TABLA No. 18:

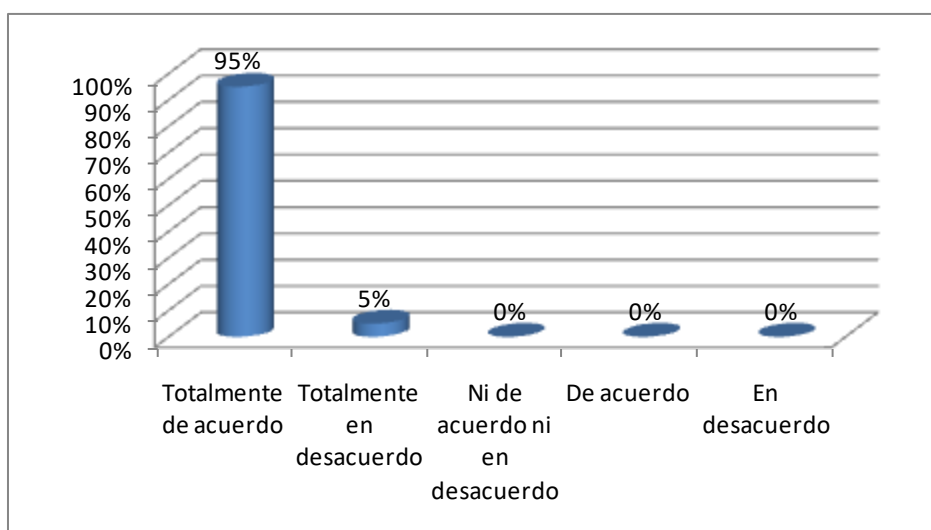
La efectividad empresarial se refiere a la capacidad para lograr la misión en las empresas de la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	352	95.00
2	Totalmente en desacuerdo	18	5.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 18:

La efectividad empresarial se refiere a la capacidad para lograr la misión en las empresas de la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 95% de los encuestados acepta que la efectividad empresarial se refiere a la capacidad para lograr la misión en las empresas de la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 19:

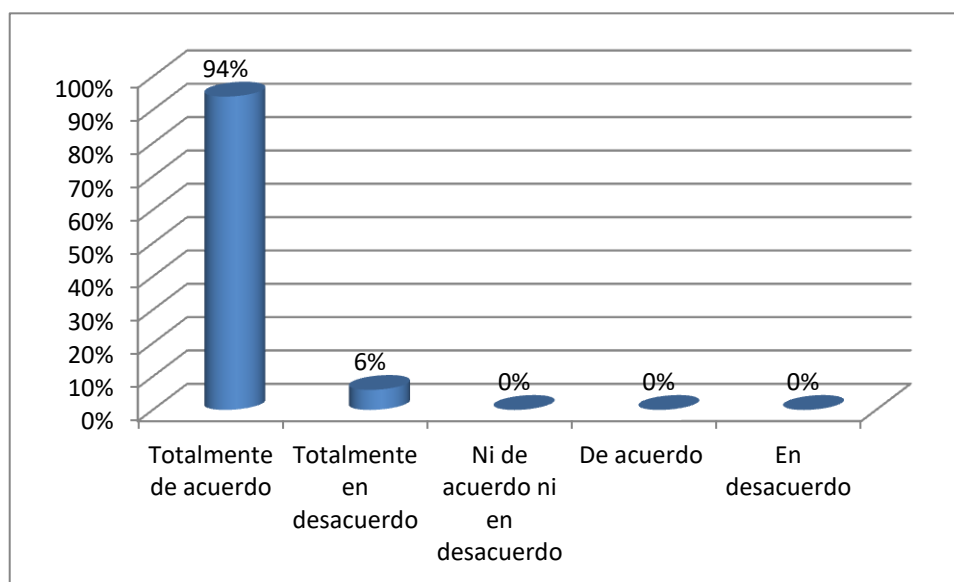
La competitividad empresarial es un proceso que involucra la puesta en marcha del sistema de gestión ISO 9001, eficiencia, efectividad y mejora continua de los servicios turísticos prestados por las empresas de la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	352	95.00
2	Totalmente en desacuerdo	18	5.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 19

La competitividad empresarial es un proceso que involucra la puesta en marcha del sistema de gestión ISO 9001, eficiencia, efectividad y mejora continua de los servicios turísticos prestados por las empresas de la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 95% de los encuestados acepta que la competitividad empresarial es un proceso que involucra la puesta en marcha del sistema de gestión ISO 9001, eficiencia, efectividad y mejora continua de los servicios turísticos prestados por las empresas de la Región Cusco, Perú.

TABLA No. 20:

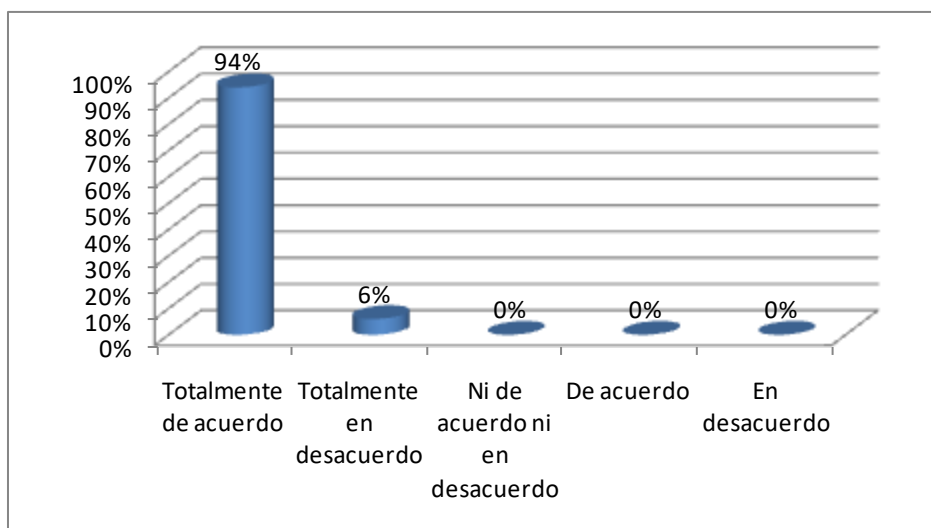
La competitividad empresarial consiste en lograr los mejores niveles de mejora de los servicios turísticos, frente a otras entidades de la Región Cusco, Perú.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	348	94.00
2	Totalmente en desacuerdo	00	6.00
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	00	00.00
4	De acuerdo	00	00.00
5	En desacuerdo	00	00.00
	TOTAL	370	100.00

Fuente: Encuesta realizada.

GRAFICO No. 20:

La competitividad empresarial consiste en lograr los mejores niveles de mejora de los servicios turísticos, frente a otras entidades de la Región Cusco, Perú.



Fuente: Encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN:

Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 94% de los encuestados acepta que la competitividad empresarial consiste en lograr los mejores niveles de mejora de los servicios turísticos, frente a otras entidades de la Región Cusco, Perú.

CAPITULO V:

DISCUSIÓN

5.1. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

- 1) Según la Tabla No. 1, se puede apreciar que el 91% de los encuestados acepta que el sistema de gestión de calidad podrá mejorar la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 92% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

- 2) Según la Tabla No. 2, el 92% de los encuestados acepta que la gestión de calidad de los recursos, como parte del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 92% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

- 3) Según la Tabla No. 3, el 94% de los encuestados acepta que la ejecución o realización de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 89% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la

Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

- 4) Según la Tabla No. 4, el 95% de encuestados acepta que la medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 90% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.
- 5) Según la Tabla No. 5, el 96% de los encuestados acepta que el análisis del enfoque basado en procesos del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 98% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.
- 6) Según la Tabla No. 6, el 97% de los encuestados acepta que con un enfoque basado en procesos se busca que las empresas articulen sus procesos, procedimientos, tareas y el trabajo de las personas de forma sistémica, con lo que se logrará una mejora de la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 98% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.
- 7) Según la Tabla No. 7, el 98% de los encuestados acepta que el enfoque basado en los procesos pretende fomentar la adopción de la norma de calidad para gestionar una organización con eficiencia del servicio en la Región Cusco, Perú; mediante el

establecimiento de los lineamientos que permitan el máximo aprovechamiento del capital humano. Este resultado es similar al 92% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

- 8) Según la Tabla No. 8 el 97%, considera que el ISO 9001 tiene como base el modelo del enfoque a procesos el cual se orienta a la mejora permanente de la calidad de los servicios turísticos de las empresas de la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 91% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

- 9) Según la Tabla No. 9, el 96% de los encuestados, acepta que la capacitación del personal involucrado dentro del sistema de gestión ISO 9001, facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 95% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

- 10) Según la Tabla No. 10, el 97% de los encuestados acepta que la capacitación y la educación en la calidad de los servicios turísticos, son fundamentales para que el proceso sea efectivo y en favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 95% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería

Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

11) Según la Tabla No. 11, el 90% de los encuestados acepta que en la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú, la búsqueda de la calidad conduce a un gran compromiso continuo para los turistas nacionales y extranjeros. Este resultado es similar al 93% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

12) Según la Tabla No. 12, el 91% de los encuestados acepta que la mejora de los servicios turísticos, es un conjunto de actividades diseñadas para lograr un buen servicio a favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 94% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

13) Según la Tabla No. 13, el 95% de los encuestados acepta que la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú tiene como objetivo central la orientación hacia la satisfacción del turista nacional y extranjero. Este resultado es similar al 90% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

- 14) Según la Tabla No. 14, el 98% de los encuestados considera estima que la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú, que podemos apreciar en el campo de las investigaciones, puede contrastarse también en las estrategias y políticas seguidas por otras entidades. Este resultado es similar al 96% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.
- 15) Según la Tabla No. 15, el 98% de los encuestados acepta que la mejora de los servicios turísticos es fundamental para que los procesos sean efectivos y cumplan las metas y objetivos definidos por las empresas de la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 94% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.
- 16) Según la Tabla No. 16, el 96% de los encuestados acepta que para que funcione con eficiencia empresarial, los servicios turísticos tienen que racionalizarse los recursos de las empresas de la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 98% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

- 17) Según la Tabla No. 17, el 94% de los encuestados acepta que la eficiencia del cumplimiento de los objetivos la Región Cusco, Perú, estará enfocada en el capital humano responsable y comprometido con los servicios turísticos. Este resultado es similar al 85% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.
- 18) Según la Tabla No. 18, el 95% de los encuestados, contesta que la efectividad empresarial se refiere a la capacidad para lograr la misión en las empresas de la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 96% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.
- 19) Según la Tabla No. 19, el 95% de los encuestados acepta que la competitividad empresarial es un proceso que involucra la puesta en marcha del sistema de gestión ISO 9001, eficiencia, efectividad y mejora continua de los servicios turísticos prestados por las empresas de la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 94% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.
- 20) Según la Tabla No. 20, el 94% de los encuestados acepta que la competitividad empresarial consiste en lograr los mejores niveles de mejora de los servicios turísticos,

frente a otras entidades de la Región Cusco, Perú. Este resultado es similar al 92% presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador. Ambos resultados favorecen la investigación realizada.

5.2. CONCLUSIONES

Las conclusiones son las siguientes:

- 1) El sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú; mediante la gestión de los recursos, ejecución de los recursos; y, la medición, análisis y mejora de los recursos, en los servicios que necesitan los turistas.
- 2) La gestión de calidad de los recursos facilita la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la planeación y organización de los recursos para aprovecharlos de mejor manera en los servicios turísticos que demandan los turistas.
- 3) La ejecución de calidad de los recursos facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la toma de decisiones efectivas para disponer de mas y mejores servicios a favor de los turistas.
- 4) La medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos facilita la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la ponderación de los recursos para ofertar servicios turísticos de calidad a favor de los turistas demandantes.
- 5) El sistema de gestión de calidad hace que la participación de la industria del turismo sea esencial para que el turismo sostenible sea un éxito. Los operadores turísticos, hoteles, restaurantes y proveedores de actividades recreativas hacen diferencias substanciales cuando utilizan prácticas ambientalmente apropiadas por que ello ayuda a la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú.
- 6) El gobierno regional y local del Cusco, Perú, deben promover el sistema de gestión de calidad para la mejora de la prestación de servicios turísticos y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción.
- 7) El gobierno regional y local del Cusco, Perú, deben promover el desarrollo de la micro, pequeña, mediana y grandes empresas que desarrollan servicios turísticos, a través de planes de desarrollo económico aprobados en armonía con las políticas y

planes nacionales y regionales de desarrollo; así como el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones.

- 8) El gobierno regional y local del Cusco, Perú, deben promover el turismo, en coordinación y asociación con las empresas turísticas, con el objeto de facilitar la competitividad local y propiciar las mejores condiciones de vida de su población.

5.3. RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda tener en cuenta que el sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú; mediante la gestión de los recursos, ejecución de los recursos; y, la medición, análisis y mejora de los recursos, en los servicios que necesitan los turistas. Por tanto, las empresas deben adoptar este sistema para optimizar sus servicios turísticos.
- 2) Se recomienda tener en cuenta que la gestión de calidad de los recursos facilita la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la planeación y organización de los recursos para aprovecharlos de mejor manera en los servicios turísticos que demandan los turistas. Por tanto, las empresas deben gestionar la calidad de los recursos humanos, materiales y financieros.
- 3) Se recomienda tener en cuenta que la ejecución de calidad de los recursos facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la toma de decisiones efectivas para disponer de mas y mejores servicios a favor de los turistas. Por tanto la calidad no solo debe ser un principio, si no que realmente debe aplicarse en los servicios turísticos teniendo en cuenta los recursos, así como también los tiempos, movimientos a favor del turista.
- 4) Se recomienda tener en cuenta que la medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos facilita la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la ponderación de los recursos para ofertar servicios turísticos de calidad a favor de los turistas demandantes. Por tanto la calidad no solo debe planificarse y ejecutarse, si no que fundamentalmente medirse, analizarse y mejorarse permanentemente.
- 5) Se recomienda tener en cuenta que el sistema de gestión de calidad hace que la participación de la industria del turismo sea esencial para que el turismo sostenible sea un éxito. Los operadores turísticos, hoteles, restaurantes y proveedores de actividades recreativas hacen diferencias substanciales cuando utilizan prácticas ambientalmente apropiadas por que ello ayuda a la mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú. Por tanto debe promoverse los servicios turísticos de calidad.

- 6) Se recomienda tener en cuenta que el gobierno regional y local del Cusco, Perú, deben promover el sistema de gestión de calidad para la mejora de la prestación de servicios turísticos y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción. Por tanto las autoridades gubernamentales deben cumplir el papel que les corresponde.
- 7) Se recomienda tener en cuenta que el gobierno regional y local del Cusco, Perú, deben promover el desarrollo de la micro, pequeña, mediana y grandes empresas que desarrollan servicios turísticos, a través de planes de desarrollo económico aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales de desarrollo; así como el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones. Por tanto, las autoridades gubernamentales deben insertar a las empresas y sus servicios turísticos en el desarrollo económico de la región.
- 8) El gobierno regional y local del Cusco, Perú, deben promover el turismo, en coordinación y asociación con las empresas turísticas, con el objeto de facilitar la competitividad local y propiciar las mejores condiciones de vida de su población. Por tanto las autoridades gubernamentales deben coordinar acciones con las empresas turísticas para mejorar permanentemente los servicios turísticos en la Región.

5.4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1) Acuña Acuña, Jorge (2013) Mejoramiento de la calidad: un enfoque a los servicios.- Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- 2) Artieda Inga Ximena del Roció (2006). Tesis: Mejoramiento de calidad en el servicio de atención al cliente para la unidad operadora del sistema Trolebus, basado en la norma ISO 9001:2000, Presentado para optar el título de ingeniera de empresas de la Facultad de Ciencias y Negocios de la Facultad de Ingeniería de Empresas de la universidad Tecnológica Equinoccial – Ecuador.
- 3) Bunge, Mario (2012) La investigación científica. Su estrategia y su filosofía, Barcelona, Ariel.
- 4) Cantú Delgado, José Humberto (2013) Desarrollo de una Cultura de Calidad. México, D.F: McGraw-Hill.
- 5) Castelló Taliani, E. y Lizcano Álvarez, J. (2013). La mejora de las entidades públicas en la Europa del Euro. Papel del sistema ABC/ABM.
- 6) Cervera Martínez, Joseph (2013) Transición a las nuevas ISO 9000:2000 y su Implantación Ediciones Díaz Santos S.A. Madrid - España.
- 7) Chiavenato Idalberto (2013) Administración. México, D.F: McGraw-Hill.
- 8) Chiavenato, Idalberto (2012) Teoría General de la Administración. Santa Fe de Bogotá-Colombia. Mc. Graw Hill Interamericana SA.
- 9) Chiavenato, Idalberto (2012) Teoría General de la Administración. Santa Fe de Bogotá-Colombia. Mc. Graw Hill Interamericana SA. Steiner George (2012) Planeación Estratégica. México. Compañía Editorial Continental SA. De CV.
- 10) Cuatrecasas ArbosLluis, (2013) Gestión Integral de la Calidad: Implantación, Control y Certificación, 2da edición. Barcelona – España.
- 11) Fernández Ríos, Manuel; C Sánchez, José (2013) Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación, Madrid: Díaz de Santos.
- 12) Fontalvo Herrera, Tomas José, (2013) La Gestión de la Calidad en los Servicios, ISO 9001:2008, Editorial Eumed- Universidad de Málaga – España.
- 13) Gobierno Regional del Cusco (2013): <http://www.regioncusco.gob.pe/>
- 14) Hernández Celis, Domingo (2014) Turismo, motor de desarrollo económico y social. Lima. USMP.

- 15) Ishikawa Kaoru y Margarita Cárdenas (2013) Que es el control de calidad - la modalidad japonesa. Bogotá Editorial Norma.
- 16) James Paul, (2013), Gestión de la Calidad Total: un texto introductorio Madrid: Prentice Hall.
- 17) Johnson Gerry y Scholes, Kevan. (2012) Dirección Estratégica. Madrid: Prentice May International Ltd.
- 18) Juran Joseph Moisés (2013) Juran y la planificación para la calidad - México: Ediciones Díaz de Santos.
- 19) Koontz, Harold & Cyril O'Donnell (2013) Administración Moderna- Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas. México. Litográfica Ingramex S.A.
- 20) Liza Gonzales Carmen Lucia (2007) Tesis: Percepción de la calidad de atención en hospitales de la solidaridad de la Municipalidad de Lima en el cono norte. Presentada para optar el Grado de Magister en Salud Publica con mención en gestión Hospitalaria de la universidad Nacional Federico Villarreal.
- 21) MINCETUR (2013) Conceptos Fundamentales del Turismo. Lima. Tomado de www.mincetur.gob.pe
- 22) Miranda González, Francisco (2013) Introducción a la Gestión de Calidad Madrid – España, Delta Publicaciones universitarias.
- 23) Ortega Gallegos, David Alfonso (2011) diseño e implementación de un sistema interactivo de respuesta de voz (IVR) piloto para la reserva de boletos del ferrocarril Cuzco –Machupicchu. Tesis para optar el título de Ingeniero de las Telecomunicaciones Facultad de Ciencias e Ingeniería Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Tomado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio>.
- 24) Pérez López, Juan Antonio (2013) Fundamentos de la Dirección de Empresas. Madrid. Editorial Rialp.
- 25) Pinedo López Mayra Ledith (2009) Tesis: Análisis de los servicios en la unidad de información de CESEL SA con la implementación del sistema de gestión de calidad basado en ISO 9001:2000 Presentado para optar le título de Licenciada en Bibliotecología de la facultad de letras de la UNMSM.
- 26) Quintana Alfaro Noemí Leopoldina (2006) Tesis: Plan de Calidad para la Gestión administrativa y de Servicios en la FIC-UNI, presentada para optar el grado de magister en Gestión Tecnológica Empresarial, Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería.

- 27) Regalado Pezúa, Otto (2012) Desarrollo sostenible en turismo: Una propuesta para Machu Picchu. Lima. Universidad ESAN. Tomado de www.esan.edu.pe.
- 28) Rivera Sánchez, Roberto (2012) Turismo y pobreza. San Salvador. Editorial San Salvador.
- 29) Robbins Stephen & Coulter Mary (2013) Administración. México. Prentice Hall Hispanoamericana, SA.
- 30) Rojas Cano, Alberto (2012) Teoría General de la Economía. Santa Fe de Bogotá-Colombia. Mc. Graw Hill Interamericana SA.
- 31) Saavedra Astucuri, Daniela (2013) Turismo peruano. Lima. Editorial San José.
- 32) Salazar Álvarez, Iván Andrés (2013) Diseño e implementación de un sistema para información turística basado en realidad aumentada. Lima. Presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tomado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio>.
- 33) Sallenave, Jean Paul (2013) Gerencia y planeación estratégica. Bogotá. Editorial. Norma.
- 34) Seto Pamies, Dolors (2013) De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid. ESIC Editorial.
- 35) Stoner, Freeman Gilbert (2012) Administración. México. Compañía Editorial Continental SA. De CV.
- 36) Stoner, Freeman Gilbert (2013) Administración. México. Compañía Editorial Continental SA. De CV.
- 37) Terry, George (2013) Administración. México, D.F: McGraw-Hill.
- 38) Vargas Quiñones, Martha Elena y Aldana de Vega, Luz Ángela (2013) Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas Bogotá, D.C.: Ecoe Ediciones: Universidad de la Sabana.
- 39) Vavra G. Terry, (2013) Como medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001: 2000 - Madrid: Fundación Confemental, D.

ANEXOS:

ANEXO No. 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA
“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ;
PROPUESTA ACTUAL”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES, INDICADORES	MÉTODO
<p>PROBLEMA PRINCIPAL</p> <p>¿De qué manera el sistema de gestión de calidad podrá facilitar la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú?</p> <p>PROBLEMAS SECUNDARIOS</p> <p>1) ¿De qué modo la gestión de calidad de los recursos, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú?</p> <p>2) ¿De qué forma la ejecución de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú?</p> <p>3) ¿De qué manera la medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos, podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Establecer la manera como el sistema de gestión de calidad podrá facilitar la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1) Determinar el modo como la gestión de calidad de los recursos, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú.</p> <p>2) Establecer la forma como la ejecución de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú.</p> <p>3) Determinar la manera como la medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos, podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú.</p>	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL</p> <p>El sistema de gestión de calidad facilita la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú; mediante la gestión de los recursos, ejecución de los recursos; y, la medición, análisis y mejora de los recursos, en los servicios que necesitan los turistas.</p> <p>HIPÓTESIS SECUNDARIAS</p> <p>1) La gestión de calidad de los recursos facilita la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la planeación y organización de los recursos para aprovecharlos de mejor manera en los servicios turísticos que demandan los turistas.</p> <p>2) La ejecución de calidad de los recursos facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la toma de decisiones efectivas para disponer de mas y mejores servicios a favor de los turistas.</p> <p>3) La medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos facilita la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú; mediante la ponderación de los recursos para ofertar servicios turísticos de calidad a favor de los turistas demandantes.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: X. Sistema de gestión de calidad</p> <p>Dimensiones: X.1. Gestión de calidad de los recursos X.2. Ejecución de calidad de los recursos X.3. Medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grado de gestión de calidad de los recursos • Grado de ejecución de los recursos • Grado de medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos <p>VARIABLE DEPENDIENTE: Y. Mejora de los servicios turísticos</p> <p>Dimensiones: Y.1. Eficiencia empresarial Y.2. Efectividad empresarial Y.3. Competitividad empresarial</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grado de eficiencia empresarial • Grado de efectividad empresarial • Grado de competitividad empresarial <p>ENTE INTERVINIENTE Z. Región Cusco, Perú.</p>	<p>Esta investigación es de tipo básica o pura (no experimental)</p> <p>La investigación es del nivel descriptivo-explicativo-correlacional.</p> <p>En esta investigación se utilizó los siguientes métodos: Descriptivo, Inductivo, Deductivo</p> <p>El diseño que se aplicó será el no experimental.</p> <p>La población de la investigación estuvo conformado por 10,000 personas La muestra estuvo compuesta por 370 personas Para definir el tamaño de la muestra se ha utilizado el método probabilístico.</p> <p>Las técnicas de recolección de datos que se utilizó son las siguientes Encuestas; Toma de información y Análisis documental.</p> <p>Los instrumentos para la recolección de datos que se utilizaron fueron los siguientes cuestionarios, fichas bibliográficas y Guías de análisis.</p> <p>Se aplicó las siguientes técnicas de procesamiento de datos: Ordenamiento y clasificación; Registro manual; Proceso computarizado con Excel; Proceso computarizado con SPSS.</p> <p>Se aplicó las siguientes técnicas de análisis: Análisis documental; Indagación; Conciliación de datos; Tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes; Comprensión de gráficos</p>

ANEXO No. 2:

INSTRUMENTO: ENCUESTA

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO A UTILIZAR

“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ; PROPUESTA ACTUAL”

- **AUTOR** : Carlos Góngora_____
- **ENTIDAD ACADÉMICA** : Universidad Nacional Federico Villarreal
- **NIVEL ACADÉMICO** : Doctorado
- **ESPECIALIDAD** : Contabilidad
- **MARGEN DE ERROR** : 5%
- **No. DE ENCUESTADOS** : 370
- **LUGAR DE APLICACIÓN** : Machupicchu, Cusco, Perú.
- **TIPO DE PREGUNTAS** : Según Escala Likert reducida.
- **NÚMERO DE PREGUNTAS** : 20

**“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS
TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ; PROPUESTA ACTUAL”**

CUESTIONARIO A UTILIZAR:

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
PREGUNTAS SOBRE EL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD						
1	¿El sistema de gestión de calidad podrá mejorar la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú?					
2	¿La gestión de calidad de los recursos, como parte del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú?					
3	¿La ejecución o realización de calidad de los recursos, podrá facilitar la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú?					
4	¿La medición, análisis y mejora de la calidad de los recursos podrá facilitar la competitividad empresarial en la Región Cusco, Perú?					
5	¿El análisis del enfoque basado en procesos del sistema de gestión ISO 9001, podrá facilitar la eficiencia empresarial en la Región Cusco, Perú?					
6	¿Con un enfoque basado en procesos se busca que las empresas articulen sus procesos, procedimientos, tareas y el trabajo de las personas de forma sistémica, con lo que se logrará una mejora de la calidad de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú?					
7	¿El enfoque basado en los procesos pretende fomentar la adopción de la norma de calidad para gestionar una organización con eficiencia del servicio en la Región Cusco, Perú?					
8	¿El ISO 9001 tiene como base el modelo del enfoque a procesos el cual se orienta a la mejora permanente de la calidad de los servicios turísticos de las empresas de la Región Cusco, Perú?					
9	¿La capacitación del personal involucrado dentro del sistema de					

	gestión ISO 9001, facilita la efectividad empresarial en la Región Cusco, Perú?				
10	¿La capacitación y la educación en la calidad de los servicios turísticos, son fundamentales para que el proceso sea efectivo y en favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú?				
PREGUNTAS SOBRE LA MEJORA DE LOS SERVICIOS					
11	¿En la mejora de los servicios turísticos de la Región Cusco, Perú, la búsqueda de la calidad conduce a un gran compromiso continuo para los turistas nacionales y extranjeros?				
12	¿La mejora de los servicios turísticos, es un conjunto de actividades diseñadas para lograr un buen servicio a favor de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Región Cusco, Perú?				
13	¿La mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú tiene como objetivo central la orientación hacia la satisfacción del turista nacional y extranjero?				
14	¿La mejora de los servicios turísticos en la Región Cusco, Perú, que podemos apreciar en el campo de las investigaciones, puede contrastarse también en las estrategias y políticas seguidas por otras entidades?				
15	¿La mejora de los servicios turísticos es fundamental para que los procesos sean efectivos y cumplan las metas y objetivos definidos por las empresas de la Región Cusco, Perú?				
16	¿Para que funcione con eficiencia empresarial, los servicios turísticos tienen que racionalizarse los recursos de las empresas de la Región Cusco, Perú?				
17	¿La eficiencia del cumplimiento de los objetivos la Región Cusco, Perú, estará enfocada en el capital humano responsable y comprometido con los servicios turísticos?				
18	¿La efectividad empresarial se refiere a la capacidad para lograr la misión en las empresas de la Región Cusco, Perú?				

19	¿La competitividad empresarial es un proceso que involucra la puesta en marcha del sistema de gestión ISO 9001, eficiencia, efectividad y mejora continua de los servicios turísticos prestados por las empresas de la Región Cusco, Perú?					
20	¿La competitividad empresarial consiste en lograr los mejores niveles de mejora de los servicios turísticos, frente a otras entidades de la Región Cusco, Perú?					

Nota:

- 1 = Totalmente de acuerdo
- 2 = Totalmente en desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = En desacuerdo

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EXPERTO ACADÉMICO.

La validación del instrumento de la Tesis: “**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ; PROPUESTA ACTUAL**”, tendrá como estándar un valor mayor igual al 75%.

1) ¿En que porcentaje se logrará contrastar la hipótesis con este instrumento?:

PREGUNTA	55	65	75	85	95	100
Pregunta 1					X	
Pregunta 2					X	
Pregunta 3					X	
Pregunta 4					X	
Pregunta 5					X	
Pregunta 6					X	
Pregunta 7					X	
Pregunta 8					X	
Pregunta 9				X		
Pregunta 10					X	
Pregunta 11					X	
Pregunta 12					X	
Pregunta 13					X	
Pregunta 14					X	
Pregunta 15					X	
Pregunta 16					X	
Pregunta 17					X	
Pregunta 18					X	
Pregunta 19					X	
Pregunta 20					X	

2) ¿En que porcentaje considera que las preguntas están referidas a las variables, dimensiones e indicadores de la investigación?:

PREGUNTA	55	65	75	85	95	100
Pregunta 1					X	
Pregunta 2					X	
Pregunta 3					X	
Pregunta 4					X	
Pregunta 5					X	
Pregunta 6			X			
Pregunta 7					X	
Pregunta 8					X	
Pregunta 9					X	
Pregunta 10					X	
Pregunta 11					X	
Pregunta 12					X	
Pregunta 13					X	
Pregunta 14					X	
Pregunta 15					X	
Pregunta 16					X	
Pregunta 17					X	
Pregunta 18					X	
Pregunta 19					X	
Pregunta 20					X	

- 3) ¿Qué porcentaje de las interrogantes planteadas son suficientes para lograr el objetivo general de la investigación?:

PREGUNTA	55	65	75	85	95	100
Pregunta 1						X
Pregunta 2						X
Pregunta 3						X
Pregunta 4						X
Pregunta 5						X
Pregunta 6						X
Pregunta 7						X
Pregunta 8						X
Pregunta 9						X
Pregunta 10						X
Pregunta 11						X
Pregunta 12						X
Pregunta 13						X
Pregunta 14						X
Pregunta 15						X
Pregunta 16						X
Pregunta 17						X
Pregunta 18						X
Pregunta 19						X
Pregunta 20						X

4) ¿En que porcentaje, las preguntas son de fácil comprensión?:

PREGUNTA	55	65	75	85	95	100
Pregunta 1					X	
Pregunta 2					X	
Pregunta 3					X	
Pregunta 4					X	
Pregunta 5					X	
Pregunta 6					X	
Pregunta 7					X	
Pregunta 8					X	
Pregunta 9					X	
Pregunta 10					X	
Pregunta 11					X	
Pregunta 12			X			
Pregunta 13					X	
Pregunta 14					X	
Pregunta 15					X	
Pregunta 16					X	
Pregunta 17					X	
Pregunta 18					X	
Pregunta 19					X	
Pregunta 20					X	

5) ¿Qué porcentaje de preguntas siguen una secuencia lógica?:

PREGUNTA	55	65	75	85	95	100
Pregunta 1				X		
Pregunta 2				X		
Pregunta 3				X		
Pregunta 4				X		
Pregunta 5				X		
Pregunta 6				X		
Pregunta 7				X		
Pregunta 8				X		
Pregunta 9				X		
Pregunta 10				X		
Pregunta 11				X		
Pregunta 12				X		
Pregunta 13				X		
Pregunta 14				X		
Pregunta 15			X			
Pregunta 16				X		
Pregunta 17				X		
Pregunta 18				X		
Pregunta 19				X		
Pregunta 20				X		

- 6) ¿En que porcentaje se obtendrán datos similares con esta prueba aplicándolo en otras muestras?:

PREGUNTAS	55	65	75	85	95	100
Pregunta 1				X		
Pregunta 2				X		
Pregunta 3				X		
Pregunta 4				X		
Pregunta 5				X		
Pregunta 6				X		
Pregunta 7				X		
Pregunta 8				X		
Pregunta 9			X			
Pregunta 10				X		
Pregunta 11				X		
Pregunta 12				X		
Pregunta 13				X		
Pregunta 14				X		
Pregunta 15				X		
Pregunta 16				X		
Pregunta 17				X		
Pregunta 18				X		
Pregunta 19				X		
Pregunta 20				X		

RESUMEN:

Después de revisado el instrumento de la tesis denominada: **“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ; PROPUESTA ACTUAL”** mi calificación es la siguiente:

No.	PREGUNTA	55	65	75	85	95	100
1	¿En qué porcentaje se logrará contrastar la hipótesis con este instrumento?					X	
2	¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a las variables, subvariables e indicadores de la investigación?					X	
3	¿Qué porcentaje de las interrogantes planteadas son suficientes para lograr el objetivo general de la investigación?						X
4	¿En qué porcentaje, las preguntas son de fácil comprensión?					X	
5	¿Qué porcentaje de preguntas siguen una secuencia lógica?				X		
6	¿En qué porcentaje se obtendrán datos similares con esta prueba aplicándolo en otras muestras?				X		

Dado que todas las preguntas del instrumento superan el parámetro del 75%.

El instrumento queda validado favorablemente.

ANEXO No. 04:
CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Después de revisado el instrumento de la tesis denominada: “**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO, PERÚ; PROPUESTA ACTUAL**” debo indicar que dicho instrumento es factible de reproducción por otros investigadores. Es decir los resultados obtenidos con el instrumento en una determinada ocasión, bajo ciertas condiciones, serán similares si se volviera a medir las mismas variables en condiciones idénticas. Este aspecto de la razonable exactitud con que el instrumento mide lo que se ha pretendido medir es lo que se denomina la confiabilidad del instrumento, la misma que se cumple con el instrumento de encuesta de este trabajo.

DETERMINACIÓN DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD

VARIABLES	COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH	NÚMERO DE ÍTEMS
Sistema de gestión de calidad	0.8728	10
Mejora de los servicios turísticos	0.8948	10
TOTAL	0.9208	20

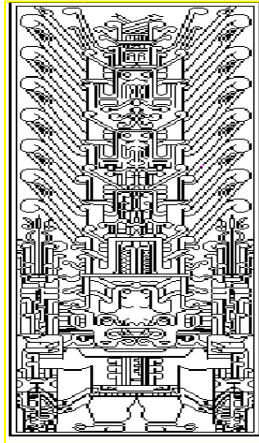
Estas son las conclusiones sobre el coeficiente confiabilidad:

- 1) Para la Variable independiente Sistema de gestión de calidad el valor del coeficiente es de 0.8728, lo que indica alta confiabilidad.
- 2) Para la variable dependiente Mejora de los servicios turísticos, el valor del coeficiente es de 0.8948, lo que indica una adecuada confiabilidad.

- 3) El coeficiente Alfa de Cronbach para la escala total es de 0.9208, lo cual indica una alta confiabilidad del instrumento.

- 4) Finalmente, la confiabilidad, tanto de la escala total, como de las dos variables en particular, presentan valores que hacen que el instrumento pueda ser útil para alcanzar los objetivos de la investigación

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
ESCUELA UNIVERSITARIA DE POST GRADO
DOCTORADO EN CONTABILIDAD**



TESIS:

**“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA MEJORA
DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CUSCO,
PERÚ; PROPUESTA ACTUAL”**

PRESENTADO POR:

CARLOS SERNA GÓNGORA

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN
CONTABILIDAD.**

LIMA- PERÚ

2015

DEDICATORIA:

A mi esposa, hijos, padre, madre y hermanos

Por el apoyo permanente

En mi desarrollo profesional.

CARLOS GÓNGORA_____

AGRADECIMIENTO:

Mi especial agradecimiento para los distinguidos Miembros del Jurado:

DR. YYY

DR. ZZZ

DR. QQQ

Por su criterio objetivo en la evaluación de este trabajo de investigación.

Asimismo mi agradecimiento para mi asesor:

DR. XXX

Por las sugerencias recibidas para el mejoramiento de este trabajo.

Muchas gracias para todos.

CARLOS GÓNGORA_____