



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
<http://www.udh.edu.pe>

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
Escuela de Post Grado

MAESTRÍA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

INFORME DE INVESTIGACIÓN

**GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y EL
DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA
DE HUÁNUCO, 2015.**

**Para optar el Grado Académico de
Magister en Ciencias Administrativas
Mención Gestión Pública**

Autora

MAGALY HAYDÉE CARBAJAL ALVAREZ

Huánuco – 2016

DEDICATORIA

A Dios, que es mi fortaleza, a mis padres Eli y Haydée, mis guías y ejemplo a seguir; a mi esposo Elio, por todo su cariño y comprensión a mi querido hijo Diego Paulo que me inspira a seguir luchando.

La investigadora.

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a mi asesora, Mg. Gianni Garay Cabrera por su paciencia y estímulo; al Mg. Alfredo Martel Santiago que hizo observaciones y recomendaciones valiosas; y a todos aquellos operadores turísticos por su apoyo y colaboración en la consecución de esta modesta investigación.

ÍNDICE

Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Resumen	08
Summary	09
Presentación	10

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema.	11
1.2. Formulación del problema y alternativas o planteamientos.	13
1.2.1. Problema general.	13
1.2.2. Problemas específicos.	13
1.3. Trascendencia teórica, técnica y académica.	13
1.4. Aporte científico.	14
1.5. Antecedentes inmediatos	15
1.6. Objetivos	19
1.6.1. Objetivo general	19
1.6.2. Objetivo específicos	19

CAPÍTULO II REFERENCIA TEÓRICA

2.1. Antecedentes históricos	20
2.2. Aspectos conceptuales o doctrinarios	22
2.4 definiciones operacionales	42

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Método, tipo y nivel de investigación	45
3.1.1. Métodos de investigación	45
3.1.2. Tipo de investigación	45
3.1.3. Nivel de investigación	45
3.2. Sistema de hipótesis.	46
3.2.1. Hipótesis general.	46
3.2.2. Hipótesis específicos.	46
3.2.3. Sistema de variables.	46
3.2.4. Diseño de investigación	47
3.3. Técnicas e instrumentos	48
3.4. Cobertura de la investigación	49
3.4.1. Población	49
3.4.2. Muestra	49

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1	Presentación de resultados	52
4.2	Análisis y organización de datos	52

CAPÍTULO V DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1.	Contrastación con el problema, objetivos y con la hipótesis	75
5.2.	Nuevos planteamientos	78

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	80
Recomendaciones	81
Referencia bibliográfica	82

Anexos

- Anexo 01 Matriz de consistencia
- Anexo 02 Ficha de encuesta a operadores turísticos
- Anexo 03 Ficha de entrevista a operadores turísticos
- Anexo 04 Documento de referencia de fotos
- Anexo 05 Resolución de aprobación del proyecto de Tesis

Índice de cuadros

Cuadro 1. Muestra la condición laboral que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015	53
Cuadro 2. Muestra el rubro comercial a que se dedican los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.	54
Cuadro 3. Muestra el nivel de conocimiento respecto a la gestión de talento humano que muestran los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015	55
Cuadro 4. Muestra el nivel de motivación en cuanto a incentivos salariales por productividad respecto a la gestión de talento humano que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.....	56
Cuadro 5. Muestra el nivel de actualización que tienen los operadores turísticos respecto a la gestión del talento humano en la provincia de Huánuco, 2015 ..	57
Cuadro 6. Muestra el nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento humano que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.	58
Cuadro 7. Muestra el nivel de organización y de promoción para el desarrollo turístico que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015	

.....	59
Cuadro 8. Muestra el nivel de aplicación de programas de innovación para un mejor servicio turístico que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015	60
Cuadro 9. Muestra el nivel de capacitación sobre gestión del talento humano a través de talleres, conferencias, seminarios, congresos que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.	61
Cuadro 10. Muestra el nivel porcentaje de utilización de presupuesto para el desarrollo de habilidades de sus trabajadores que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.	62
Cuadro 11. Muestra el nivel de consideración respecto a que si los operadores turísticos tienen programas o acciones de responsabilidad social en sus planes operativos del 2015.	63
Cuadro 12. Muestra la cantidad de reuniones de confraternidad que los operadores turísticos han propiciado para con sus trabajadores de sus empresas en la provincia de Huánuco, 2015.	64
Cuadro 13. Muestra el nivel de participación de los operadores turísticos en asociaciones u organizaciones que promuevan el turismo de la provincia de Huánuco, 2015.	65
Cuadro 14. Muestra a consideración de los operadores turísticos el nivel de importancia, que tienen nuestras costumbres locales como un elemento potencializador del desarrollo turístico para nuestra provincia de Huánuco, 2015.	66
Cuadro 15. Muestra a criterio de los expertos el equipamiento turístico en nuestra provincia de Huánuco, 2015	67
Cuadro 16. Muestra a criterio de los expertos el equipamiento turístico existente en nuestra provincia de Huánuco, 2015	68

Índice de gráficos

Grafico 1. ¿Usted actualmente labora como: ?	53
Grafico 2. Precise si, ¿En qué sector laboral usted actualmente labora?.....	54
Grafico 3. ¿Conoce usted lo que es e implica la gestión del talento humano?	55
Grafico 4. ¿Tiene acciones de motivación con incentivos salariales por productividad hacia sus trabajadores?	56
Grafico 5. ¿Cada cuánto tiempo recibes actualización respecto a temas de gestión del talento humano?	57

Grafico 6. ¿Consideras que conoces y desarrollas estrategias de gestión del talento humano en tu empresa?	58
Grafico 7. En los últimos 12 meses ¿Usted ha organizado o ha promovido acciones para el desarrollo turístico en nuestra provincia de Huánuco?	59
Grafico 8. En los últimos 12 meses ¿Usted ha aplicado programas de innovación para un mejor servicio turístico?	60
Grafico 9. En los últimos 12 meses ¿Usted se ha capacitado en gestión del talento humano a través de talleres, seminarios, congresos o conferencias?	61
Grafico 10 En los últimos 12 meses ¿Usted que parte de su presupuesto utilizó para desarrollar habilidades en sus trabajadores de su empresa?	62
Grafico 11. En los últimos 12 meses ¿Usted dentro de su plan operativo ha considerado acciones de responsabilidad social?	63
Grafico 12. En los últimos 12 meses ¿Usted en cuantas ocasiones ha propiciado reuniones de confraternidad para sus trabajadores?	64
Grafico 13 En los últimos 12 meses ¿Usted es miembro o participa de alguna asociación u organización que promueve el desarrollo del turismo de la provincia de Huánuco?	65
Grafico 14. En orden de importancia ¿Cuál de las siguientes costumbres locales se constituyen un elemento potencializador del desarrollo turístico en nuestra provincia de Huánuco?	66
Gráfico 21. Gestión del talento	71

RESUMEN

El presente trabajo se hizo con la finalidad de determinar la relación que existe entre la gestión del talento humano y el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015, para lo que se realizó una investigación de tipo descriptivo correlacional de corte transversal donde la muestra fue representativa compuesta de 22 unidades constituidos por 10 gerentes y/o administradores de restaurantes más otros 12 gerentes y/o administradores de hoteles/hospedajes de la ciudad de Huánuco, estas fueron seleccionadas por muestreo no probabilístico por conveniencia, se tuvo en cuenta criterios de inclusión y exclusión, de una población de 148 hospedajes y 72 restaurantes

Los resultados demuestran que al mejorar una gestión basado en promover el talento humano de los operadores turísticos mejora significativamente la productividad y permite a la vez desarrollar los servicios turísticos pero además influye significativamente en el mismo desarrollo del turismo de la provincia de Huánuco.

Esta investigación correlacionó las 2 variables del problema llegando ha comprobarse mediante una prueba paramétrica del Ji Cuadrado que efectivamente hay una correlación directamente proporcional.

Finalmente se concluye de manera general que a mayor gestión del talento humano, mayor es el desarrollo del turismo, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula, esto nos llevó a establecer varias conclusiones y establecer algunas acciones como sugerencias finalmente.

Palabras claves: *Gestión del talento humano, capacitación, habilidades, turismo.*

SUMMARY

This work was done in order to determine the relationship between talent management and development of tourism in the province of Huanuco, 2015, for an investigation descriptive correlational cross-cut was made where he worked with a representative sample of 22 units consisting of 10 managers and / or managers of restaurants 12 other managers and / or managers of hotels / lodges in the city of Huanuco, these were selected by non-probabilistic convenience sample, taking into account the criteria inclusion and exclusion, of a population of 148 lodgings and 72 restaurants.

The results show that the better a person based on promoting human talent tour operators significantly improves productivity and allows both to develop tourism services but also significantly influences the very development of tourism in this case in the province of Huanuco.

This study correlated the two variables of the problem has to check arriving through a square Ji parametric test that effectively there is a direct correlation.

Finally we conclude in general that the higher management of human resources, the greater the development of tourism, accepting the alternative hypothesis and rejecting the null hypothesis, it failed to establish a number of conclusions and establish some actions as suggestions finally.

Keywords: Management of human resources, training, skills, tourism.

PRESENTACIÓN

La investigación pertenece a las ciencias administrativas, exige que se consideren temas vigentes como el que se presenta en esta oportunidad con la tesis intitulada: “Gestión del Talento Humano y el desarrollo del Turismo en la provincia de Huánuco, 2015”. Es de conocimiento generalizado que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes de nuestro país y en especial de nuestra región.

El turismo no sólo incide en el sector económico, sino que además influye frecuentemente en los resultados de otros sectores, como los que brindan hospedaje y alimentación, en aquellos sectores circundantes y conexos al turismo.

Por ello el proceso de la gestión del talento humano en las organizaciones, es uno de los elementos primordiales porque los buenos resultados se logran con la inteligencia, con el talento que manejan, administran y gestionan los demás recursos las personas, todo ello en beneficio del desarrollo sostenible de nuestra región.

Para su sistematización, la presente investigación se ha estructurado en 05 bloques o llamados capítulos. En el primer capítulo se aborda el planteamiento del problema, la justificación y trascendencia, antecedentes inmediatos y los objetivos de la investigación.

En el segundo capítulo se presenta la referencia teórica o conceptual, el cual comprende: antecedentes históricos, aspectos conceptuales o doctrinarios, las bases teóricas que sustentan el estudio y las definiciones operacionales.

En el tercer capítulo se expone la metodología de la investigación, el cual está compuesta de las siguientes partes: método y nivel de investigación, población, muestra. En el cuarto capítulo se exhibe los resultados en concordancia con las variables y objetivos. En el quinto capítulo, se expone la discusión de los resultados de la investigación. Finalmente se muestran las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas, apéndices y anexos.

Magaly Carbajal Alvarez.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema.

El turismo es una herramienta muy importante para el desarrollo económico de nuestra región, sin embargo no se explota en su verdadera dimensión.

La región Huánuco cuenta con un potencial turístico para el desarrollo del “turismo alternativo “que no está siendo aprovechado eficientemente por falta de políticas locales que orienten y formalicen el tratamiento turístico en el corto plazo, confundiendo con débiles difusiones promocionales del potencial turístico de la provincia de Huánuco.

Según Ramis, Manassero & García (2009) señalan que el progreso económico de muchos países viene acompañado de un aumento considerable del sector servicios, siendo el turismo el más vigente que ha cobrado especial relevancia como fuente de riqueza y como potencial de empleo tanto de Hispanoamérica, como en muchos otros países del mundo. El sector turismo y hotelero, es actualmente y en nuestro medio local uno de los principales de fuentes de empleo e ingresos económicos a escala mundial; pues no existe localidad,

región en el Perú, por ello existe la necesidad de impulsar el sector turístico promoviendo una adecuada infraestructura hotelera, con una alta y variada calidad de servicios hoteleros que mostrará una buena imagen que se haga el turista del destino visitado. El principal motivo de la visita de los turistas extranjeros al Perú creemos es tener un turismo convencional, conocer las famosas riquezas arqueológicas y arquitectónicas, Parques Nacionales y Reservas Nacionales.

Dentro de este nuevo contexto, una modalidad que viene creciendo a ritmo acelerado en el Perú es el turismo ecológico y de aventura. Para esta actividad que está atrayendo la atención de operadores turísticos y de los propios turistas, el Perú presenta numerosas ventajas, pues tiene regiones especialmente aptas para su realización.

El Perú ofrece una mega diversidad de recursos naturales que lo convierten en uno de los países biodiversos con más especies de aves, primates, mamíferos, reptiles, anfibios y árboles del mundo. La riqueza del paisaje peruano presenta además numerosos ríos en Costa, Sierra y Selva que permiten la práctica del canotaje; playas que invitan a la realización de deportes acuáticos y al descanso; nevados propicios para el andinismo y el esquí, entre otros deportes; y caminos que invitan a la realización del trekking.

Huánuco fue fundada en 1539 y catalogada como la “ciudad del mejor clima del mundo”, posee muchos atractivos turísticos tales como las iglesias de San Francisco (del siglo XVI con retablos churriguerescos), de San Cristóbal y de Santo Domingo, el Puente Cal y Canto, las ruinas de Kotosh, el Pillco Mozo, entre otros. Huánuco cuenta con una gran diversidad de recursos turísticos que aún no han sido explotados, los cuales necesitan ser sometidos a una serie de estudios para luego convertirlos en productos turísticos para que así nuestra ciudad pueda desarrollarse mucho más rápido con la ayuda del turismo.

En nuestra provincia carecemos de recursos humanos capacitados y especializados que se dediquen a realizar estudios y/o diagnósticos con rigor científico que nos hagan conocer el desenvolvimiento de tan importante actividad como es el sector turístico.

La actividad turística es fundamental para el desarrollo de Huánuco, nuestra provincia de rico pasado histórico, de hermosos paisajes naturales y de gran variedad de flora y fauna es propicio para el aumento de flujo turístico; y por

sus recursos y atractivos naturales tiene diversos pisos ecológicos, paisajes y demás aportes culturales e históricos del pasado.

Una adecuada gestión del talento humano en el sector turismo permitirá una adecuada captación de divisas, un crecimiento de los sectores intervinientes con mayores oportunidades de trabajo y su efecto multiplicador en la economía de Huánuco.

1.2. Formulación del problema.

1.2.1. Problema general.

¿Cuál es la relación que existe entre la gestión del talento humano con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015?

1.2.2. Problemas específicos.

Pe₁ ¿Cuál es la relación que existe entre la capacitación de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015?

Pe₂ ¿Cuál es la relación que existe entre el conocimiento de la gestión turística de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015?

Pe₃ ¿Cuál es la relación que existe entre las habilidades de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015?

1.3. Trascendencia teórica, técnica y académica

Teórica. Contribuye la presente investigación con nuevos enfoques, teorías y tendencias sobre las personas.

Como manifiesta Ruiz, Ramírez & Pérez (2012), Reconoce que el hombre es el responsable del éxito o fracaso de cualquier empresa que se emprenda por ello el capital humano se convierte en objeto de inversión. Por ello su gestión resulta trascendental para mantenerse competitivas en el mercado laboral.

Es importante la presente investigación porque se presentan propuestas a partir de la gestión del talento humano para mejorar el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco.

Técnica. Nos va a permitir potenciar el papel de la tecnología en el turismo para impulsar el uso de las más innovadoras tecnologías en aras del turismo. La tecnología ayuda en la planificación de viajes, los vacacionistas compran por internet, los servicios turísticos se incrementan con un adecuado contenido digital que se basa en experiencia de viajeros. Existen empresas que realizan la promoción de paquetes turísticos mediante internet, pero aun así es muy escasa la información turística de nuestra provincia que se promociona por este medio.

Académica. Ofrece al estudiante información actualizada y realista sobre los conceptos más recientes de la administración de personas. La presente investigación es fuente enriquecedora de conocimientos sobre el tema materia de investigación que servirá de base para implementar cursos afines en la carrera.

1.4. Aporte científico.

La presente investigación pretende mostrar la poca gestión del capital humano repercutiendo en la baja productividad del sector turismo.

Nuestra provincia de gran biodiversidad en flora y fauna, paisajes distintos, cultura de gran pasado histórico monumental, poseedora de diversos pisos ecológicos, micro climas y potencial enorme para desarrollar el turismo en sus diversas modalidades son razones suficientes para ser considerado un destino turístico de primer orden y recibir un flujo considerable de visitas turísticas de nacionales y extranjeros.

La finalidad es relacionar que a mejor capital humano mayor desarrollo del turismo obtendremos en nuestra localidad de Huánuco como provincia cuando hablamos de mejor capital que ese capital humano manejará mejor sus conocimientos, un capital humano capacitado, maneja elementos como la mejora continua, desarrolla sus habilidades, es por eso que el turismo en la provincia de Huánuco no genera divisas económicas, no está difundida debido al abandono de un buen grupo de autoridades, que permita una adecuada captación de divisas, un crecimiento de los sectores intervinientes con mayores oportunidades de trabajo y su efecto multiplicador en la economía de Huánuco.

1.5. Antecedentes inmediatos.

A. Antecedentes a nivel internacional

MALDONADO Y PORTILLA (2011), Universidad Técnica del Norte, Diagnóstico de los Atractivos Turísticos del Centro Histórico de la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura Ecuador y su Difusión para la Promoción de la Ciudad. Concluye lo siguiente:

El turismo se constituyó en una alternativa económica viable en zonas rurales que afrontaban la pérdida de competitividad de las demás actividades productivas tradicionales agropecuarias y otras. Desde fines del siglo pasado, se ha observado un crecimiento significativo de la oferta turística como un eje de desarrollo a nivel nacional. La principal motivación para impulsar el desarrollo del turismo sostenible está relacionada con la contribución que este puede realizar al progreso de las economías regionales y con ello, a una mejor calidad de vida.

Morante y Villacreses (2008), Escuela Superior Politécnica del Litoral, Titulo: Propuesta para la Creación de un Producto Turístico Cultural en la Ciudad de Guayaquil - Ecuador con el fin de Diversificar la Oferta Turística del Destino. Concluye lo siguiente:

La presente investigación está dividida en 4 capítulos. En el primer momento se definen varios conceptos importantes del turismo para un mejor estudio y comprensión de los puntos a tratar.

En un segundo momento se compones por la metodología y procedimientos, los cuales se han utilizado como medio de procedimiento para su realización investigación. El tercer momento contiene la situación actual de la oferta turística cultural de la ciudad de Guayaquil, aquí se detalla un estudio de las diferentes actividades turísticas culturales que se realizan en la misma ciudad, también se detalla la oferta cultural que hoy en día se promociona en el destino; y por último se realiza un análisis FODA de los mismos. Finalizando con el capítulo IV, en el cual se propone un nuevo producto turístico cultural en base a los estudios previos que se realizaron anteriormente, con la finalidad de promocionarlo y de realizar un plan de comercialización.

B. Antecedentes a nivel nacional.

Sepúlveda, Basurto y Vizcarra (2010), de la Pontificia Universidad Católica del Perú Tesis para Obtener el Grado de Magíster en Administración Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Región Cusco. Concluye lo siguiente:

1. En el Perú, se da más que todo un de turismo rural comunitario aún están en proceso de exploración y las estrategias que se siguen están soportadas fundamentalmente por los datos de proyección de crecimiento de la industria.
2. En el contexto peruano, la región Cusco tiene una posición competitiva fuerte respecto de las demás regiones del Perú, debido a que la industria del turismo está mejor desarrollada en cuanto a infraestructura, oferta turística y la valorización de las culturas vivas y ambientes naturales. Dicha fortaleza se conforma en una buena oportunidad para el desarrollo en conjunto con el turismo rural comunitario, siempre y cuando se implementen estrategias que fomenten su explotación adecuada.
3. Las estrategias de mercadeo presentes en la industria turística, carecen de una visión conjunta del contexto regional. Las agencias de turismo conforman sus paquetes turísticos en función de los sitios más conocidos y desarrollados, y 158 no integran en su oferta emprendimientos de turismo rural comunitario, promocionando un producto único y sin diferenciación.

C. POGGI (2006), Universidad Nacional Agraria La Molina, Diagnóstico del Potencial y Propuesta de Planificación Ecoturística en la Ensenada de San Fernando. Concluye lo siguiente:

San Fernando está ubicado en Marcona, en el departamento de Ica, de una impresionante belleza paisajística, rica en diversidad biológica. Allí se pueden encontrar diversas especies de fauna, algunas de ellas en peligro de extinción, como el pingüino de Humboldt. Entre su gran variedad de aves se encuentra el cóndor, que baja a la costa para alimentarse de la

placenta de las lobas marinas. Además, ésta es una zona muy rica en recursos hidrobiológicos, siendo la pesca artesanal una de las principales actividades de la población aledaña.

Si bien el turismo es una actividad muy importante para la economía de muchos países, en los últimos años la modalidad del ecoturismo es una de las que más ha crecido. El ecoturismo integra la actividad turística con la naturaleza, y además involucra la educación, la conservación ambiental y el bienestar y la participación activa de la población local. San Fernando fue declarado Patrimonio Natural de Marcona en el año 1991, mediante la Resolución de Concejo Municipal 014-91; sin embargo no se ha realizado ningún plan de manejo para la zona, y siendo éste un lugar con tan rica oferta ambiental, es necesario evaluar su potencial ecoturístico, ya que ésta sería una actividad que generaría importantes ingresos a la población local, y a la vez se promovería la conservación ambiental.

D. Antecedentes a nivel local

Soto Coz, Lyndon Víctor (2013) “Propuesta de un modelo de centro de excelencia en innovación y transferencia tecnológica y desarrollo de capacidades en el departamento de Huánuco” Universidad Nacional de Ingeniería. Programa Cybertesis PERÚ. Cuyo resumen es como sigue:

Soto Coz, Lyndon Víctor sostiene además que la educación como fenómeno social no está ajena a estos cambios y las instituciones educativas encargadas de la formación de ciudadanos capaces de afrontar los cambios acelerados que se suceden en la sociedad necesitan una propuesta curricular que forma para la vida, que permita una rápida incorporación de los jóvenes al mercado laboral cada vez más exigente, toda vez que debe afrontar los retos de calidad, eficiencia y eficacia. Los institutos superiores tecnológicos en nuestro medio de Huánuco deben responder a los nuevos retos y adelantarse a los mismos, como actores en el rol dinamizador del desarrollo local y regional, con profesionales técnicos capaces no solo en una determinada carreras profesional técnica, sino también con capacidades en la investigación, empresariales, actitudes personales y emprendedoras, para posibilitar la empleabilidad.

Soto Coz además sostiene que su estudio tiene por objeto principal de proponer un modelo de Centro de Excelencia en innovación y transferencia tecnológica y desarrollo de capacidades en el departamento de Huánuco, con la perspectiva renovada para afrontar los desafíos que se presentan en el proceso de globalización. El propósito del Centro de Excelencia de nivel técnico se constituye en un compromiso de formación: no de preparación para seguir una carrera sino de preparación para la vida, con criterios de calidad y excelencia; esto coadyuvará en el crecimiento económico sostenido del departamento de Huánuco.

Este Centro será un referente de calidad y gestión, con la participación de los actores sociales en la concertación y pactos que articulan y dinamizan la relación oferta educativa y demanda social, productiva y empresarial.

El primer capítulo de este trabajo establece el marco conceptual necesario para entender el presente y el futuro de los centros de formación tecnológica del departamento de Huánuco. El segundo capítulo muestra tres casos de institutos, para aprender, de buena calidad y experiencias exitosas del país: SENCICO, TECSUP y SENATI; la problemática de los Institutos Superiores Tecnológicos, y la propuesta de logros a alcanzar como Centro de Excelencia a nivel técnico. El tercer capítulo trata la propuesta de aplicación del enfoque basado en competencias, la nueva estructura curricular modular y el nuevo modelo de formación de formadores. El cuarto capítulo aborda la detección y alcances de las carreras profesionales, relación de las carreras y el trabajo, y los servicios empresariales. El quinto capítulo destaca el desarrollo y crecimiento competitivo local y regional, los mecanismos de coordinación, intercambio y negociación concertada entre el Centro de Excelencia y las principales empresas y gobiernos locales y regionales, y el rol de los actores. El sexto y último capítulo busca aportar un nuevo modelo y propuesta de sistema de gestión y gerencia aplicados al Centro de Excelencia para la implementación del mismo en el Departamento de Huánuco.

- E. **JAÚREGUI ZAPATA, GUILLERMO (2008), Universidad Nacional Hermilio Valdizán. La Gestión de los Recursos Humanos y la Calidad de los Servicios en la Municipalidad Provincial de Huánuco.** Concluye lo siguiente:

Los resultados obtenidos nos indican que consideremos la calidad de gestión administrativa y calidad de recursos humanos del Hospital Regional Hermilio Valdizán Medrano de Huánuco no es lo más adecuado porque está relacionado en una escala de regular con porcentajes de 65.03% y 72.67% respectivamente.

Aplicar la calidad de gestión administrativa y la calidad de recursos humanos para mejorar adecuadamente y poder innovar en todo sentido de la gestión estratégica de manera adecuada para elevar la calidad del servicio al usuario y crecer, fortalecer en este aspecto, y brindar un servicio de calidad al cliente, porque todo cliente y/o persona espera recibir una satisfacción en algún momento dado.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Establecer la relación que existe entre la gestión del talento humano con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

1.6.2 Objetivos específicos

- A. Identificar la relación que existe entre la capacitación de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015.
- B. Identificar la relación que existe entre el conocimiento de la gestión turística de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.
- C. Identificar la relación que existe entre las habilidades de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

CAPÍTULO II

REFERENCIA TEÓRICA O CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes históricos.

Historia de la gerencia del talento humano: Según Ricardo Ramírez (2016), la aparición de las áreas encargadas de los asuntos humanos en las organizaciones se dió hace 60 años aproximadamente y fue promovido por Elton Mayo. A partir de esa época el recurso humano ha pasado por tres importantes etapas las cuales han generado grandes cambios y transformaciones en la administración del talento humano; una de ellas es la industrialización clásica, en la cual surgen los departamentos de personal y luego los departamentos de relaciones industriales, en ésta etapa se consideraba que las personas eran simplemente proveedoras de fuerza física para hacer funcionar las máquinas. Sin embargo, las personas dentro de las organizaciones han tenido a lo largo del tiempo varias denominaciones, empezando con que en principio fueron llamados e identificados como elementos, al recibir únicamente como pago de nuestras funciones cobija y alimento, luego la gente era un recurso humano donde la idea era valorar al ser humano y tratarlo como merecía pero se dieron cuenta que esa no debería ser la expresión para referirse al personal humano ya que el recurso se agota, se acaba y hasta se puede sustituir. Apareció entonces la expresión capital

humano pero una vez más este término no llenó las expectativas y se prestaba para malas interpretaciones al creerse que el capital es transferible, negociable, también se agota y las personas al llamarlas con esta denominación pueden ser vistas como objetos.

Historia del turismo: Según Edwin Andrés Rodríguez Pulgarín (2011), el turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

Edad Antigua: En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua (las olimpiadas son los 4 años que transcurren entre dos juegos consecutivos en la ciudad de Olimpia), a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dodoma.

Durante el Imperio romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que permitió a algunos ciudadanos, medios económicos y tiempo libre.

Edad Media: Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y

las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo), fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes). En el mundo Islámico el Hajjad o peregrinación a La Meca es uno de los cinco Pilares del Islam obligando a todos los creyentes a esta peregrinación al menos una vez en la vida. (Pavel)

Edad Moderna: Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna. En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una plaga de peste bubónica. Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

Ésta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

2.2 Aspectos conceptuales o doctrinarios

A. Talento humano: Werther (2008), Este autor manifiesta que son las personas las que se encargan de diseñar y producir los bienes y servicios, de controlar la calidad, distribuir los productos, asignar los recursos financieros, y de establecer los objetivos y estrategias para la organización. Sin gente eficiente es imposible que una organización logre sus objetivos.

No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad; conocimientos, experiencias, motivación, intereses

vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc.

El talento se ha convertido en la base de la productividad de la empresa. Para las empresas del nuevo siglo, el capital ha dejado de ser el principal recurso, pues el principio activo de las organizaciones de hoy es el talento humano.

El talento humano, es decir, los colaboradores son el mayor patrimonio de las organizaciones. Los colaboradores deben sentirse parte importante de la empresa, una parte valorada y motivada tanto a nivel personal como profesional.

Por lo tanto el grado de motivación y compromiso que estos tengan en la compañía, dependerá el logro de resultados efectivos.

A medida que el mundo empresarial se daba cuenta que un empleado era mucho más que “trabajo”, y que podía aportar más que eso a la empresa y a la sociedad, se creó el concepto de “talento humano”, que engloba la complejidad de este recurso. **Acosta (2008)**. El verdadero tesoro que puede generar sostenibilidad y ventaja competitiva a la empresa es el talento humano.

a) Gestión de talento humano: Chiavenato (2002), manifiesta que en la era de la información aparecen los equipos de gestión con personas. Estos equipos sustituyen los departamentos de recursos humanos y gestión de personas. Las personas, de agentes pasivos que son administrados, se constituyen en agentes activos e inteligentes que ayudan a administrar los demás recursos organizacionales. El cambio es decisivo, puesto que las personas ya se consideran socias de la organización que toman decisiones respecto a sus capacidades, cumplen metas y alcanzan resultados negociados con anticipación y sirven al cliente para satisfacer sus necesidades y expectativas.

En la era de la información, tratar a las personas dejó de ser un problema y se convirtió en una solución para las organizaciones;

también dejó de ser un desafío y pasó a ser una ventaja competitiva para las organizaciones exitosas.

.

Ventajas

- Integrar talentos a la organización, socializando y orientando a los talentos en una cultura participativa, acogedora y emprendedora.
- Diseñar el trabajo, individual o en equipo para hacerlo, agradable y motivador.
- Recompensar a los talentos humanos, por un desempeño excelente.
- Evaluar el desempeño humano y mejorarlo continuamente, para formar y desarrollar talentos para crear una organización de aprendizaje.

b) Importancia de la gestión del talento humano: No hay duda de que muchos trabajadores por lo general están insatisfechos con el empleo actual, además del empleo están insatisfechos con la remuneración, con el ambiente laboral que se tiene en un momento determinado, y eso se ha convertido en una preocupación para muchos gerentes, teniendo en consideración los cambios que ocurren en las fuerzas de trabajos, estos problemas se evidenciarán más con el paso del tiempo.

Todos los gerentes deben de actuar como personas claves en el uso de técnicas, herramientas y conceptos de administración de personal para incrementar la productividad y el desempeño.

La dirección del talento humano es una serie de decisiones acerca de la relación de los empleados que influyen en la eficacia de estos y de las organizaciones.

- **Genera** ambientes favorables que proporcionan motivación, compromiso y productividad.

- **Identifica** las necesidades de las personas para encaminar programas.
- **Capacita y desarrolla** a los empleados continuamente.
- **Diseña e implementa** programas de bienestar a los empleados.
- **Apoya** las decisiones que toma la gerencia.

c) **Objetivos de la Gestión de Talento Humano:** Las personas constituyen el principal activo de la organización; de ahí la necesidad de que ésta sea más consciente y esté más atenta de los empleados. Las organizaciones exitosas perciben que sólo pueden crecer, prosperar y mantener su continuidad si son capaces de optimizar el retorno sobre las inversiones de todos los socios, en especial de los empleados. Cuando una organización está orientada hacia las personas, su filosofía general y su cultura organizacional se reflejan en ese enfoque. La gestión del talento humano en las organizaciones es la función que permite la colaboración eficaz de las personas (empleados, funcionarios, recursos humanos o cualquier denominación utilizada) para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales. Nombres como departamento de personal, relaciones industriales, recursos humanos, desarrollo de talentos, capital humano o capital intelectual, se utilizan para describir la unidad, el departamento o el equipo relacionado con la gestión de las personas. Cada uno de ellos refleja una manera de tratar a las personas. La expresión administración de recursos humanos (ARH) todavía es la más común.

Entre los principales objetivos de la gestión de talento humano están:

- Facilita a la organización a alcanzar sus objetivos y realizar su misión.
- Proporciona competitividad a la organización.

- Integra a la organización empleados bien entrenados y motivados.
- Facilita el aumento de la autorrealización y la satisfacción de los empleados en el trabajo.
- Contribuye a desarrollar y mantener la calidad de vida en el trabajo.
- Administra el cambio (social, tecnológico, económico, cultural y político).

d) Procesos de la Gestión de Talento Humano: Según Chiavenato (2002), la moderna gestión del talento humano implica varias actividades, como descripción y análisis de cargos, planeación de RH, reclutamiento, selección, orientación y motivación de las personas, evaluación del desempeño, remuneración, entrenamiento y desarrollo, relaciones sindicales, seguridad, salud y bienestar. **Seis procesos de la administración de Recursos Humanos**
Procesos para integrar personas: Incluye a nuevas personas en la empresa, mediante el reclutamiento y selección.

Procesos para organizar a las personas:

Diseñan actividades que las personas realizaran para orientar su desempeño.

Proceso para recompensar a las personas: Incentivan a las personas satisfaciendo necesidades individuales más elevadas.

Procesos para desarrollar a las personas: Ayuda a capacitar e incrementar el desarrollo profesional y personal.

Proceso para retener a las personas: Crean las condiciones ambientales y psicológicas satisfactorias para las actividades de las personas.

Procesos para auditar a las personas: Controlar las actividades de las personas, verificando los resultados.

e) Administración de talento humano y de capital intelectual.

Chiavenato (2005), En la era de la información, en la cual estamos aprendiendo a vivir, los cambios que ocurren en las empresas no sólo estructurales, sino también cambios culturales y de comportamiento que transforman la función de las personas que participan en ellos.

Estos cambios no pueden pasar inadvertidos para la ARH. Además están ocurriendo en el área de ARH y provocando una profunda transformación en las características del área.

Para que esta transformación sea plenamente posible y para que la ARH pueda situarse en la vanguardia y no simplemente acompañar de lejos con retraso significativo lo que ocurre en las demás áreas de la empresa, es necesario que asuma una nueva estructura y desarrolle nuevas actitudes, a fin de dinamizar intensamente sus potencialidades y contribuir al éxito de la empresa.

En este nuevo contexto estructural y cultural, los gerentes pasan a asumir nuevas responsabilidades y, para cumplirlas, deben adquirir nuevas habilidades conceptuales y técnicas. Además, los gerentes requieren desarrollar habilidades humanas para tratar con sus equipos de trabajo. Las organizaciones no existen en el vacío ni funcionan al azar.

B. Preocupaciones de las organizaciones del futuro. Según Chiavenato. (2002), las preocupaciones en el futuro serán:

1. **Personas:** Implica preocupación por educar, capacitar, motivar y liderar a las personas que trabajan en la organización, inculcándoles el espíritu emprendedor y ofreciéndoles una cultura participativa junto con oportunidades de realización personal plena. .
2. **Cliente:** Implica capacidad de conquistar, mantener y ampliar la clientela. Éste es el mejor indicador de la capacidad de supervivencia y crecimiento de la organización. Las organizaciones exitosas mantienen relaciones estrechas con el cliente, conocen las características, necesidades y aspiraciones variables de su clientela y tratan de interpretarlas, comprenderlas y satisfacerlas o superarlas continuamente; saben conquistar y mantener al cliente.

3. **Productos y servicios:** Implica la necesidad de distinguir los productos y servicios ofrecidos, en términos de calidad y atención.
 4. **Conocimiento:** El conocimiento y su adecuada aplicación permiten captar la información disponible para todos y transformarla con rapidez en oportunidad de nuevos productos o servicios antes que los competidores.
 5. **Resultados:** Implica la necesidad de fijar objetivos y conseguir resultados reduciendo costos y aumentando ingresos. Son imprescindibles la visión de futuro y la focalización de las metas que deben alcanzarse.
 6. **Tecnología:** Implica la necesidad de evaluar y actualizar la organización para hacerle seguimiento y aprovechar los progresos tecnológicos. Las organizaciones excelentes son las que tienen la preparación y la capacitación de las personas están implícitas en esta apreciación.
- a) **Aspectos fundamentales de la gestión moderna de personas:** Según **Werther y Keith (2007)** la gestión del talento humano se basa en tres aspectos fundamentales:
1. **Son seres humanos.** Están dotados de personalidad propia profundamente diferentes entre sí, tienen historias distintas y poseen conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades indispensables para la gestión adecuada de los recursos organizacionales.
 2. **Activadores inteligentes de los recursos humanos organizacionales:** Elementos impulsores de la organización, capaces de dotarla de inteligencia, talento y aprendizajes indispensables en su constante renovación y competitividad en un mundo de indispensables en su constante renovación y competitividad en un mundo de cambios y desafíos.
 3. **Socios de la organización:** Son capaces de conducirla a la excelencia y al éxito. Como socias, las personas invierten en la organización esfuerzo, dedicación, responsabilidad,

compromiso, riesgos, etc., con la esperanza de recibir retornos de estas inversiones: salarios, incentivos financieros, crecimiento profesional, carrera.

- b) Planificación de recursos humanos: Según Chiavenato (2000),** es el proceso de revisar sistemáticamente los requerimientos de recursos humanos con el fin de asegurar que el número necesitado de empleados con las habilidades demandadas esté disponible cuando se necesite.

Tipos de planificación.

- 1) Planificación dinámica:** Tiene que ver con la previsión de necesidades humanas de todo orden y estudio previo de la problemática que se producirá en determinado lapso de tiempo.
- 2) Planificación estratégica:** se orienta al conocimiento del recurso de la institución empresarial en el presente y la utilización de los recursos disponibles y los análisis pasados que se hayan podido llevar a cabo.

3) Puntos claves para llevar a cabo una efectiva planificación de personal.

- Determinar los requerimientos de personal de planificación integral de la empresa.
- Definir las funciones de los nuevos puestos que hayan de surgir y planes futuros.
- Evaluar la efectividad y potencial del personal actual.
- Establecer un sistema de coordinación entre planificación de personal y operaciones diarias.

Fines de la planificación del personal.

- Facilitar la asignación del recurso humano dentro de un clima adecuado de trabajo.

- Contar con el personal directivo, técnico y de cualquier otro orden que sea necesario para cumplir con los objetivos de desarrollo planificados. Lograr que el personal se sienta más satisfecho al ser valorado y considerado para vacantes de mayor responsabilidad.
- Combinar los ascensos del personal y la actividad de formación y desarrollo.
- Considerar la planeación del personal dentro de la planeación general.
- Colaborar con la empresa en la obtención de beneficios.

c) Elección: Según Mondy (2008), un dicho popular afirma que la selección es la elección del individuo adecuado para el cargo adecuado. En un sentido más amplio, escoger entre los candidatos reclutados los más adecuados, para ocupar los cargos existentes en la empresa o institución, tratando de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño del personal, así como la eficacia de la organización.

Importancia de la selección: La selección es importante por las siguientes razones:

- Por la evaluación y educación de los conocimientos, habilidades, aptitudes de los candidatos del puesto de trabajo.
- Porque el individuo al estar colocado en el puesto adecuado, realiza sus actividades con mayor satisfacción contribuyendo con su buen desempeño al logro de objetivos.
- Porque es el momento más adecuado para rechazar a las personas menos aptas para un puesto.

d) Inducción: Da a conocer al nuevo trabajador información básica referente a; historia, estado actual, objetivos, metas de la empresa, puesto de trabajo que va a ocupar, características, funciones, relaciones con otros puestos, medios de trabajo que se utilizan,

expectativas de desarrollo, salario, reglamentos, códigos e instrucciones existentes, etc.

La inducción se aplica a la persona recién llegada y a todos los movimientos internos, resulta favorable brindar estas informaciones a pesar de que algunas de ellas ya son conocidas por el trabajador, dado que el jefe puede ampliarlas y a la vez reafirmar su responsabilidad directa con relación al nuevo trabajador.

Brindar toda la información general de la empresa que se considere relevante para el conocimiento y desarrollo del cargo, considerando la organización como un sistema.

Los propósitos de la inducción de personal son:

- Ajuste del nuevo miembro a la empresa.
- El nuevo empleado debe recibir información sobre las expectativas y su desempeño.
- Reforzar una impresión favorable sobre la empresa.
- Apuntar a igualar objetivos.

La inducción es un proceso de vital importancia dentro de una organización, a través de ella se pueden implementar uno de los programas que normalmente se ignoran en la mayoría de organizaciones; que es familiarizar al nuevo trabajador con la empresa. Este proceso se efectúa antes de iniciar el trabajo para el cual ha sido contratado, evitando así los tiempos y costos que se pierden tratando de averiguar por sí mismos, en qué empresa ha estado trabajando, qué objetivos tiene, quién, a quién recurrir para solucionar un problema, cuáles son las actitudes no toleradas, entre otros.

Permite a los empleados proporcionarles información básica sobre los antecedentes de la empresa, la información que necesitan para realizar sus actividades de manera satisfactoria. Esta información incluye cuestiones como la nómina de pago, la obtención de credenciales de identificación, cuáles son los horarios de trabajo y con quién trabajará el nuevo empleado. Las personas que siguen el

programa de inducción aprenden sus funciones más rápidamente, permite acelerar la socialización de los nuevos empleados y efectúan contribuciones positivas a la organización.

e) Compensación laboral. Según Chiavenato (2000)

Incentivos: la interacción entre personas y organizaciones pueden explicarse mediante intercambio de incentivos y contribuciones. De ahí se derivan los conceptos de incentivos y contribuciones siguientes:

a. **Incentivos (aliciente):** Son pagos hechos por la organización a sus trabajadores, salarios, premios, beneficios sociales.

A cambio de las contribuciones, cada incentivo tiene un valor de utilidad que es subjetivo, ya que varía de un individuo a otro.

b. **Contribuciones:** Pagos que cada trabajador hace a la organización a la cual pertenece, con trabajo, esfuerzo, dedicación, puntualidad, esmero, elogios etc.

A cambio de los incentivos cada contribución tiene un valor de utilidad que varía según la organización.

c) **Programa de Incentivos Adicionales:** Es un programa el cual se ofrecen otros tipos de incentivos adicionales a los de la ley como: descuentos sobre consumo interno, cumpleaños del mes, cena navideña para el personal, entrenamiento al mejor empleado, aumentos por méritos, etc.

Calificación de Méritos: Es una valorización separada de cada una de las características del trabajador, con lo que se eliminará la apreciación conjunta y por lo mismo vaga e imprecisa.

Las recompensas de los empleados: El pago no es un factor que impulse de manera importante la motivación en el trabajo. Sin embargo, sí motiva a las personas y es frecuente que las compañías subestimen la importancia que tiene el salario para conservar a los talentos notables. Existen diferentes pagos:

- Pago a destajo
- Plan de pago con base en el mérito

- Pago con base en las aptitudes
- Plan de reparto de utilidades
- Reparto de las mejoras.

Desarrollo del personal: Chiavenato (2002), manifiesta que es un proceso formalizado y secuencial que se concentra en la planeación de una carrera futura de los empleados que tienen potencial para ocupar cargos más elevados. Es la preparación de los empleados para su promoción a puestos en que sus capacidades puedan aprovecharse al máximo.

Etapas del desarrollo personal.

- Preparación para el trabajo.
- Inicio del desarrollo
- Parte media del desarrollo
- Final del desarrollo.

f) Capacitación: Dessler (2000), Métodos que se usan para proporcionar a los empleados nuevos y actuales las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo. El enfoque de la capacitación se ha ampliado en años recientes. En los pasados diez años los empleados han tenido que adaptarse a los veloces cambios tecnológicos, a mejorar la capacidad de sus productos y servicios y a elevar la productividad para seguir siendo competitivos.

Técnicas de Entrenamiento: Es el proceso de desarrollo de cualidades en los recursos humanos para habilitarlos, con el fin de que sean más productivos, entre algunas técnicas de entrenamiento se encuentran:

- **Orientación:** Para familiarizar a los nuevos empleados con la empresa.
- **Trabajo:** Práctica real realizada en el trabajo.
- **Técnico:** Entrenamiento en aspectos técnicos del trabajo.
- **Aprendices:** Periodo formal de aprendizaje de un oficio.

- **Supervisores:** Entrenamiento para desempeñar funciones gerenciales. **Chiavenato (2002).**

Importancia

- Proporciona información necesaria para elaborar o seleccionar los eventos que la empresa requiere.
- Elimina la tendencia de capacitar por capacitar, sólo cuando existen razones válidas la relación de los objetivos, planes y los problemas de la empresa y genera un importante medio para la consolidación de los recursos humanos y de la organización.
- Proporciona datos esenciales para que después de varios meses se realicen comparaciones entre los resultados de las capacitaciones.
- Propicia la aceptación de las capacitaciones al satisfacer problemas cuyas solución más recomendable es la de preparar mejor al personal.

Pasos de la capacitación

- a. Evaluación de necesidades
- b. Objetivos
- c. Diseño
- d. Evaluación del proceso de capacitación.

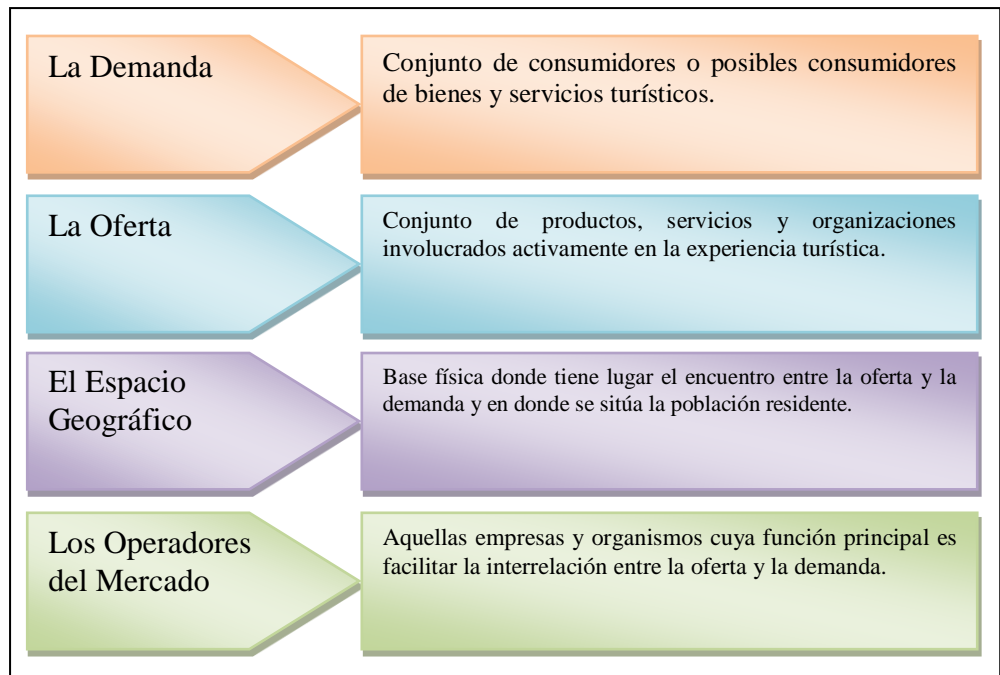
C. Turismo. Según la OMT El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros sin fines de lucro.

Así mismo las finalidades del viaje que puede clasificarse según esta definición son: Montaner (2006) Ocio: Placer, distracción, vacaciones. Profesionales: Negocios, reuniones, misiones y motivos profesionales. Otros: estudios, salud, tránsito, motivos diversos.

1. El sistema turístico

La actividad turística implica la interrelación entre una serie de componentes que se deben considerar como un sistema dinámico.

El sistema turístico



Fuente: Adaptado de Sancho, A. (1998)

Según Molina (2000), describe al turismo como un sistema abierto integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común. Los subsistemas según este autor son:

Subsistemas del Sistema Turístico



Fuente: Adaptado de Molina (2000).

2. La Demanda Turística

Según Sancho (1998), turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística. Se trata de un grupo de personas con distintas personalidades e intereses, con diferentes características socios demográficos, motivaciones y experiencias.

Según la OMT (1995):

- Viajero es cualquier persona que viaja entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual.
- Visitantes son todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo.
- Turista es el pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar visitado.
- Excursionista: visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar visitado.

3. La Oferta Turística: Según Padilla (1992), en un sentido amplio se define como un conjunto de productos turísticos y servicios (turísticos o no) puestos a disposición del usuario (visitante) en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

Cabe destacar que la oferta turística está compuesta por todos los productos y servicios que implican un gasto durante el desplazamiento o la estancia en el destino.

- Alojamiento.
- Alimentación.
- Transporte.
- Ocio, cultura, actividades deportivas.
- Compras, otros.

Dentro de este grupo no están consideradas las agencias de viajes debido a que no producen bienes y servicios turísticos últimos

consumidos por los turistas, sino que hacen el papel de intermediadoras entre la oferta y la demanda.

4. **Recursos turísticos:** En el ámbito nacional, el MINCETUR define a los recursos turísticos como aquellos recursos naturales, culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con potencial para captar el interés de los visitantes.

Estos recursos turísticos son clasificados en cinco categorías teniendo en cuenta las características propias del potencial turístico peruano.

- **Sitios Naturales:** esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico.
 - **Manifestaciones Culturales:** se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.
 - **Folclore:** es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, arte, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado.
 - **Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas:** comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.
 - **Acontecimientos Programados:** categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.
5. **Potencial turístico:** Según Pérez (2011), define potencial turístico a todos aquellos elementos que permiten el desarrollo de la actividad turística en un territorio, siendo necesaria también su evaluación ya que son la base y van a condicionar el tipo de desarrollo, las actividades y el segmento de mercado al cual va a dirigirse (OMT, 1998). Es decir, se

tiene que analizar el patrimonio natural y cultural del territorio y los elementos que intervienen en el sistema turístico.

- 6. Comunicación turística:** Según Santesmases (2007). La comunicación puede definirse como la transmisión de información del vendedor al comprador, cuyo contenido se refiere al producto o a la empresa que lo fabrica o vende, y es realizada a través de distintos medios, personales e impersonales, y cuyo fin último es estimular la demanda.

La comunicación en turismo es imprescindible para dar a conocer cualquier producto o destino turístico.

- a) Instrumentos de la Comunicación Turística.** Según Peláez. Ruiz (1996).

- Publicidad: a través de publicaciones escritas (periódicos, revistas), televisión, radio, internet con un mayor alcance y cobertura.
- Ferias Turísticas: que son los encuentros anuales de corta duración y sirven para presentar y promocionar destinos o productos turísticos buscando contactos personales con los distintos operadores del sector.
- Promoción de Ventas: Tratan de incrementar la demanda a corto plazo dirigida a intermediarios, vendedores propios, consumidores.
- Relaciones Públicas: difusión a través de medios de comunicación, propaganda favorables de forma gratuita tratando de influir en la decisión de compra de un determinado público o colectivo.
- Marketing Directo: Dirigidas a un público objetivo mediante sistemas personalizados o interactivos que facilitan la respuesta del cliente.

- b) Plan de Comunicación:** El plan estratégico de comunicación integral es un documento que recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la empresa. Es una herramienta

fundamental para cualquier empresa, negocio u organización ya que en él se detallan, reflejan y describen la forma de comunicar y las estrategias a utilizar.

Según Prado (2004). "El Propósito de la Comunicación es influenciar en la acción del receptor para efectuar cambios favorables"

Planificar los mensajes y procedimientos de contacto con el público requiere de cinco etapas:

- Investigar
- Delimitar
- Programar
- Ejecutar
- Controlar

Toda comunicación se construye a partir del público objetivo pudiendo ser el cliente final los intermediarios e incluso la propia población.

Tratar de elaborar un plan que comunique a los diferentes públicos requiere primero de identificar los públicos y recoger información sobre ellos.

Tipos de mensajes.

- Mensaje cerrado cuando se llega a una conclusión explícita y clara, o abierto si dejamos que la audiencia cree su propia conclusión.
- Mensaje basado en fortalezas cuando elogia las bondades del producto, o en debilidades si se aprovecha algo que resulta desventajoso.
- Mensaje basado en el orden de presentación de argumentos pudiendo situar las más fuertes al principio o por un orden decreciente o creciente.

c) Estrategias de Comunicación.

Estrategia de Publicidad: Pudiendo ser:

- Estrategias Publicitarias Competitivas: Quitarle ventas a la competencia.
- Estrategias Publicitarias de Desarrollo: que busca potenciar el crecimiento de la demanda.
 - Extensivas: conquistar nuevos consumidores
 - Intensivas: conseguir que los actuales clientes consuman más.
- Estrategias Publicitarias de Fidelización: tratan de retener consumidores.

Estrategia de Relaciones Públicas: Tácticas destinadas a influir en la imagen propia de la empresa, es decir en la forma que se percibe para el público en general. Buscan fortalecer la imagen de la empresa ante la sociedad por medio de:

- Hacer conocer la imagen, determinar cómo va a ser vista la empresa desde afuera.
- Impulsar la imagen a través de los medios de comunicación proporcionando información llamativa.
- Conseguir imagen, cuando la visibilidad externa de la empresa es escasa.
- Mantener la imagen, si ha sido adquirida por muchos años lo que exige no sólo conservarla sino potenciarla para no caer en el olvido.
- Cambio de imagen, cuando los productos no han tenido la acogida esperada.
- Corrección de imagen, debido al deterioro que puede sufrir en el mercado, no obstante, si la imagen ha sido profundamente desprestigiada, la solución es casi imposible.

d) La aplicación de las Relaciones Públicas puede realizarse:

- Al interior de la empresa la cual impactará a los trabajadores y accionistas, quiénes serán los portavoces de lo que ocurre al interior de la organización. Para proyectar una imagen positiva al

exterior debe existir un clima satisfactorio en todos los niveles jerárquicos.

- Al exterior de la empresa, las relaciones públicas deben fortalecer la opinión favorable por parte de los consumidores, intermediarios, medios de comunicación y público en general: ofreciendo productos de calidad y precio competitivo, brindando un buen servicio, participando y apoyando eventos de interés social, atendiendo sugerencias y reclamos con celeridad.

Estrategia de Promoción: Refiere al conjunto de incentivos que se aplican durante la distribución del producto, destinados a incrementar las ventas en momentos específicos.

Su objetivo es tratar de ampliar las ventas a corto plazo por medio de incentivos al consumidor como:

- Muestras gratuitas, premios, concursos.
- A los intermediarios y distribuidores, con descuentos, Fam trips, incentivos económicos, premios.

Estrategia de Marketing Directo: Sistema que utiliza diferentes medios de comunicación para poder obtener una respuesta del público objetivo.

Dicha estrategia busca relacionarse directamente con el consumidor utilizando medios como:

- Mailing o e- mailing, enviando mensajes a los consumidores de una base de datos. Pueden ser folletos, revistas, u otros elementos publicitarios en buzones o correos electrónicos.
- Telemarketing, que son llamadas telefónicas a consumidores previamente seleccionados al azar.
- Envío masivo de faxes.

El Marketing directo no se expone en el punto de venta en comparación con la publicidad además de ser interactiva con el cliente. La finalidad es usualmente lograr unir, comprimir y hacer una sola herramienta.

PUBLICIDAD + VENTA + PROMOCIÓN = MARKETING DIRECTO

Es necesario tener una base de datos con el segmento de consumidores a quienes se desea llegar.

Ejecución del Plan: La única razón de ser de un Plan es poder alcanzar los objetivos previstos, de ahí la importancia de una buena implementación del mismo, considerando aquellos puntos clave que se han definido en las etapas anteriores.

Supervisión y Control: Un Plan de Comunicación deberá incorporar indicadores que permitan detectar las desviaciones y en consecuencia de las modificaciones a realizarse, es decir contar con los posibles sistemas correctores que reconduzcan el plan.

2.3. Bases teóricas que sustenta el estudio.

A. Teorías del Comportamiento Organizacional

Los modelos basados en la Teoría Organizacional incluyen como antecedentes del síndrome de burnout las disfunciones de rol, la falta de salud organizacional, la estructura de la organización, la cultura y el clima organizacional.

Según Gil & Peiró son modelos que se caracterizan porque enfatizan la importancia de los estresores del contexto de la organización y de las estrategias de afrontamiento empleadas ante la experiencia de quemarse profesionalmente.

El modelo de Golembiewski, Munzenrider & Carter destaca las disfunciones de los procesos de rol, y de manera especial la importancia de la sobrecarga y de la pobreza de rol para el desarrollo del síndrome; el modelo de Cox, Kuk & Leiter destaca la importancia de la salud de la organización y el modelo de Winnubst enfatiza la importancia de la estructura, la cultura y el clima organizacional, en relación con el modelo de Mintzberg que hace especial mención a la cultura empresarial.

Perspectiva de la teoría del capital humano acerca de la relación entre educación y desarrollo económico: Villalobos & Pedrosa (2009), describir los supuestos en los que descansa la relación entre educación y desarrollo desde la teoría del capital humano. Esto presupone comprender cómo se entiende a la educación ya que es la fuente de la formación de capital humano. El pionero de este enfoque, posterior a la segunda guerra mundial, fue Schultz, identifica la dificultad para medir los beneficios de la inversión en capital humano, señala que el problema estriba en cómo diferenciar los gastos de consumo de los gastos de inversión. Para la solución de esta cuestión propone un método alternativo:

Calcular la inversión humana a través de su rendimiento más que a través de su coste. Mientras que cualquier aumento de la capacidad producida por la inversión humana se convierte en una parte del agente humano y por lo tanto no puede ser objeto de venta, está sin embargo, “en relación con el mercado” al afectar a los sueldos y salarios que puede percibir el agente humano.

El aumento resultante de los ingresos es el rendimiento de la inversión. Schultz (1972).

La explicación de estas implicaciones empíricas la realizó a través de una serie de fórmulas matemáticas que finalmente complementaron su intento de medir la educación formal y la formación en la empresa.

B. El turismo y su ciencia: Frechtling (2002), concluye que la principal contradicción en el turismo está en que la actividad turística y su importancia como actividad económica han crecido mucho más rápido que su ciencia. Así, el turismo como objeto de estudio ha transitado desde una actividad subvalorada -en sus inicios- hasta instalarse en la estructura de la sociedad. Por otra parte, se reconoce que el turismo puede ser comparado metafóricamente con un trípode: un negocio, una industria y una ciencia en proceso de construcción y fortalecimiento.

Si atendemos a los trabajos de Urry (1990) y Donaire (1998) se puede considerar la siguiente periodización de la evolución del turismo y su ciencia:

- a) Los primeros pasos del turismo fordista o de masas, que coincide con una tímida aproximación científica al turismo, entre la década de los 40 y la década de los 60.
- b) La consolidación del turismo fordista, y la institucionalización de los estudios turísticos, entre la década de los 60 y los 80.
- c) La superposición entre los modelos fordista y postfordista, en una visión transdisciplinar del turismo, situación actual.

En un inicio la concepción del turismo era de una actividad productiva, donde una parte del tiempo libre implicaba un desplazamiento -con un tiempo de duración- y una estancia -en un espacio concreto-, malentendiendo como una actividad inútil. Siendo poco atractiva para los teóricos, con aportaciones muy puntuales, con una escasa repercusión en la comunidad científica y con una nula interacción entre las principales aportaciones.

2.4. Definiciones operacionales

- 1) **Concepción de Talento Humano.-** Capacidades intelectuales que dan valor a un individuo, constituyendo el capital humano en una organización, es considerado como un activo intangible.
- 2) **Gestión.-** conjunto de acciones que tienden a hacer las personas para el logro de objetivos.
- 3) **Calidad.-** Conjunto de características y propiedades que tiene un producto o servicio que le confieren la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
- 4) **Turismo Alternativo.-** El turismo alternativo es una nueva práctica del turismo que conjuga turismo natural, de aventura, religioso, turismo de salud y/o termalismo, segmentos de turismo que se complementan con la artesanía y costumbres típicas de la provincia.
- 5) **Operador Turístico.-** Para la presente investigación operador turístico se refiere a todos los gerentes y/o administradores de hoteles, restaurantes de la ciudad de Huánuco que brindaron información para la presente investigación.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Método y nivel de investigación.

Método de la investigación: Se utilizó los métodos generales tales como observación, la descripción, el análisis y la comparación, pero de manera predominante se utilizó el método descriptivo- correlacional sobre todo cuando se tuvo que recoger y correlacionar las informaciones a fin de establecer el grado de relación o asociación no causal existente entre las dos variables de estudio. Así mismo se utilizó la interpretación y deducción de lo que expresaron los expertos y finalmente se utilizó el método comparativo al momento de comparar las situaciones reales con lo que nos exige la teoría científica contenida en el marco teórico.

Tipo de investigación: Fue básica o teórica porque tuvo como finalidad profundizar y caracterizar la problemática de la gestión de talento humano y su relación con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco.

Nivel de investigación: Fue descriptivo – correlacional ya que estuvo referido al análisis de las variables.

3.2. Sistemas de hipótesis y variables

Hipótesis general

H_A La gestión del talento humano se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

H_O La gestión del talento humano no se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

Hipótesis específicas

Ha₁: La capacitación de los operadores turísticos se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

Ha₂: El conocimiento de la gestión turística de los operadores turísticos se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

Ha₃: Las habilidades de los operadores turísticos se relacionan significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

Las variables de la investigación.

Variable 1. Gestión del talento humano.

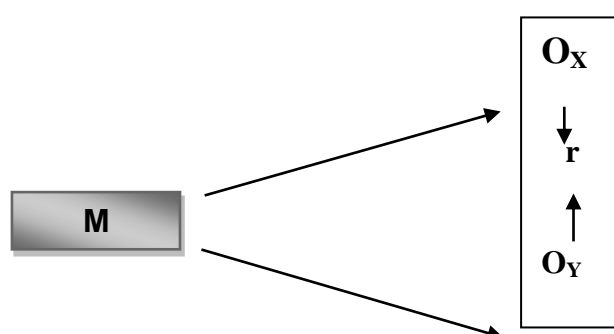
Variable 2. Desarrollo del turismo.

Operacionalización de las variables.

VARIABLES		DIMENSIONES	INDICADORES
Independiente	Gestión del talento humano	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de motivación Nivel de actualización Manejo de estrategias
		Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de identidad local Nivel de Innovación Nivel de conocimiento
		Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de recursos Nivel de responsabilidad social Nivel de destrezas
Dependiente	Desarrollo del turismo	Conciencia y cultura turística.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de cultura local Nivel de valoración de las costumbres y creencias
		Equipamiento turístico	<ul style="list-style-type: none"> N^a de hoteles del rubro turístico N^a de agencia de viajes y tour operadores N^a de páginas web con contenido turístico
		Infraestructura turística.	<ul style="list-style-type: none"> N^a de museos N^a de parques temáticos Mantenimiento y protección de los atractivos turísticos
D E			

Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue descriptivo correlacional simple.



Donde.

M Es la muestra de estudio, es decir los gerentes y administradores de las micro y pequeñas empresas del rubro turístico: hospedajes y restaurantes de la provincia de Huánuco, 2015.

“**x, y**” Son subíndices en cada “**O**” nos indican las observaciones se obtendrán en cada una de las variables, y

“**r**” Relación existente entre las variables a estudiar.

3.3 Técnicas e instrumentos

A) Para la recolección de datos

Se utilizó las siguientes técnicas de investigación:

Técnicas	Instrumentos
El fichaje	Fichas textuales y resumen para el recojo de información a las fuentes de información para el marco teórico.
Encuesta	Ficha de encuesta tipo cuestionario para conocer le gestión del talento humano de los operadores turístico de la provincia de Huánuco, 2015.
Entrevista	Guía de entrevista del desarrollo turístico de la provincia de Huánuco aplicado a los operadores turísticos, 2015.

La validación de los instrumentos fue realizado por el criterio de expertos cuya constancia de validación se adjunta en los anexos.

B) Para la interpretación de datos

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos como la encuesta, entrevista, entre otros, se procedió al conteo y el análisis respectivo a través de la estadística descriptiva, considerando la frecuencia y el porcentaje simple; pasándose a realizar la interpretación a partir de nuestro marco teórico y de los mismos resultados, para este proceso utilizamos las tablas y gráficos en forma de barras.

C) Análisis y datos, prueba de hipótesis

Para el análisis de los datos se utilizó el análisis cualitativo y cuantitativo de los datos obtenidos que permiten dar valor a las variables en estudio: Independiente (Gestión del Talento Humano) y Dependiente (Desarrollo del Turismo). Con ello se elaboró las tablas, cuadros y gráficos, con expresión numérica y porcentual por cada una de las dimensiones evaluadas, descartando aquellos indicadores que, al ser examinados por los encuestados proporcionaron informaciones cualitativas no sujeta a la escala de medición ordinal utilizada en la mayoría de ellos.

3.4. Cobertura de la investigación

Población: La población en estudio estuvo conformada por 220 operadores turísticos entre gerentes, administradores de hoteles, restaurantes, hospedajes del rubro turístico de la provincia de Huánuco: año 2015.

Cuadro de la población de estudio.

Unidad de análisis de la Población	Periodo Año 2015	Sub Total
Gerentes y/o administradores de restaurantes		72
Gerentes y/o administradores de hoteles / hospedajes		148
Total		220

Fuente: Estadística de Oficina de archivo de DIRCETUR Huánuco - 2015.

Elaboración: Investigadora

Muestra

La Muestra objeto de estudio fue de tipo No Probabilística en variante intencional es decir estuvo a criterio de la investigadora y lo constituyeron un total de 22 operadores turísticos entre gerentes y administradores de hoteles, hospedajes, hostales y restaurantes del rubro turístico dentro de la provincia de Huánuco, durante el año 2015.

Cuadro de la muestra de estudio

Unidad de análisis de la muestra	Periodo Año 2015	Sub Total
Gerentes y/o administradores de restaurantes		10
F Gerentes y/o administradores de hoteles / hospedajes		12
Total		22

Fuente: Cuadro de la población- 2015.

Elaboración: Investigadora

Relación de restaurantes sujeto de estudio.

1	Tradiciones Huanuqueñas
2	Recreo La Perricholi
3	Mayita's Burger
4	Recreo Falcón
5	Khon Wa
6	Cevichería El Pulpo
7	Pollos y Parrillas Carlos
8	Mistika Casa Club
9	Lookos Burger Grill
10	El Leñador

Relación de Hospedajes sujetos de estudio

1	Grima	HOTEL *** (03) Estrellas
2	Hacienda Santa Cruz	Hospedaje
3	Cuzco	Hospedaje
4	Hotel Tours	HOTEL ** (02) Estrellas
5	Trapiche Suites	Hospedaje
6	Casa Hacienda Shismay	Hospedaje
7	Hostal Las Vegas	HOSTAL ** (02 Estrellas)
8	Hotel Garu	HOTEL *** (03) Estrellas
9	Real Hotel	HOTEL *** (03) Estrellas
10	Grand Hotel	HOTEL *** (03) Estrellas
11	Mistika Casa Club	Hospedaje
12	Khon Wa	HOTEL ** (02) Estrellas

Características de la población.

Criterios de inclusión. Se incluyó en la presente investigación a:

- Micro y pequeñas empresas que se encuentran dentro de la provincia de Huánuco.

- Que aceptaron voluntariamente participar en el estudio (aceptaron el consentimiento informativo).

Criterios de exclusión. Se excluyó en la presente investigación a:

- Micro y pequeñas empresas con alguna sanción administrativa durante el momento del estudio.
- Que no aceptaron participar en el estudio.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados en concordancia con las variables y objetivos.

La presentación de los resultados se realizó en base a la estadística descriptiva simple, en la que se expone y se presenta a través de tablas y gráficos, los resultados obtenidos de la aplicación de cada uno de los instrumentos de recojo de información y teniendo en cuenta el diseño de investigación a fin de determinar la correlación de variables establecidas en la presente investigación.

4.1.1. Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicados a los operadores turísticos. (Anexo 02)

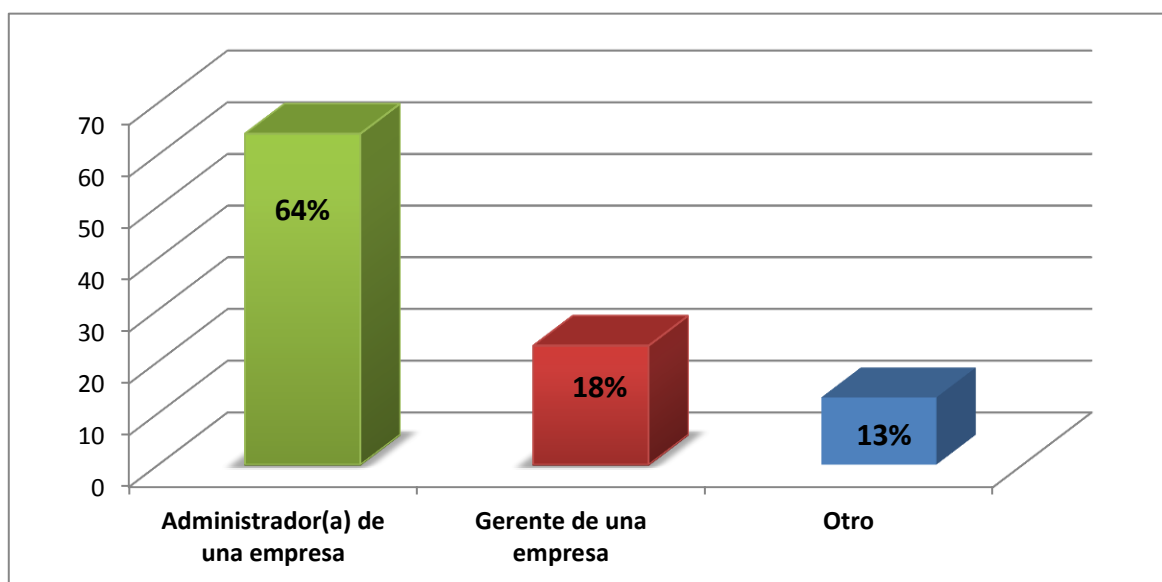
TABLA N° 01

Muestra la condición laboral que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

Ud. actualmente labora como:	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Administrador(a) de una empresa	14	64	22	100
Gerente de una empresa	5	23		
Otro	3	13		

Fuente: La encuesta
Elaboración: Propia

Grafico N° 01
Usted actualmente labora como:



Fuente: Cuadro N° 01
Elaboración: Propia

Análisis e interpretación

En el cuadro N° 01 observamos que los operadores turísticos en la provincia de Huánuco son todos profesionales, siendo el 64% de ellos administradores de sus propias empresas mientras que un 18% asumen la conducción de sus empresas como gerentes, y un mínimo 13% son profesionales en otras ramas.

TABLA N° 02

Muestra el rubro comercial a que se dedican los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

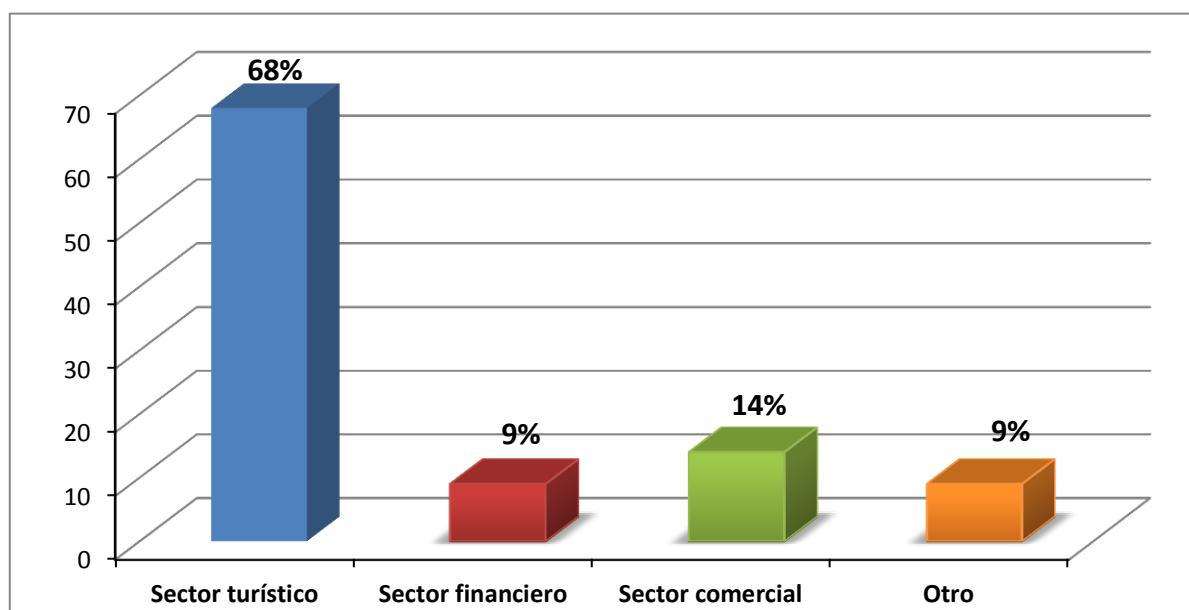
¿En qué sector laboral usted actualmente labora?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Sector turístico	15	68	22	100
Sector financiero	2	9		
Sector comercial	3	14		
Otro	2	9		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 02

¿En qué sector laboral usted actualmente labora?



Fuente: Cuadro N° 02

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

Como podemos observar en la tabla N°02 la gran mayoría de los operadores turísticos se dedican a su rubro profesional, sin embargo el 14% de ellos laboran en el sector comercial y un 9% se ha orientado hacia el rubro financiero en igual porcentaje los hay quienes laboran en otros campos laborales en la provincia de Huánuco.

TABLA N° 03

Muestra el nivel de conocimiento respecto a la gestión de talento humano que muestran los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

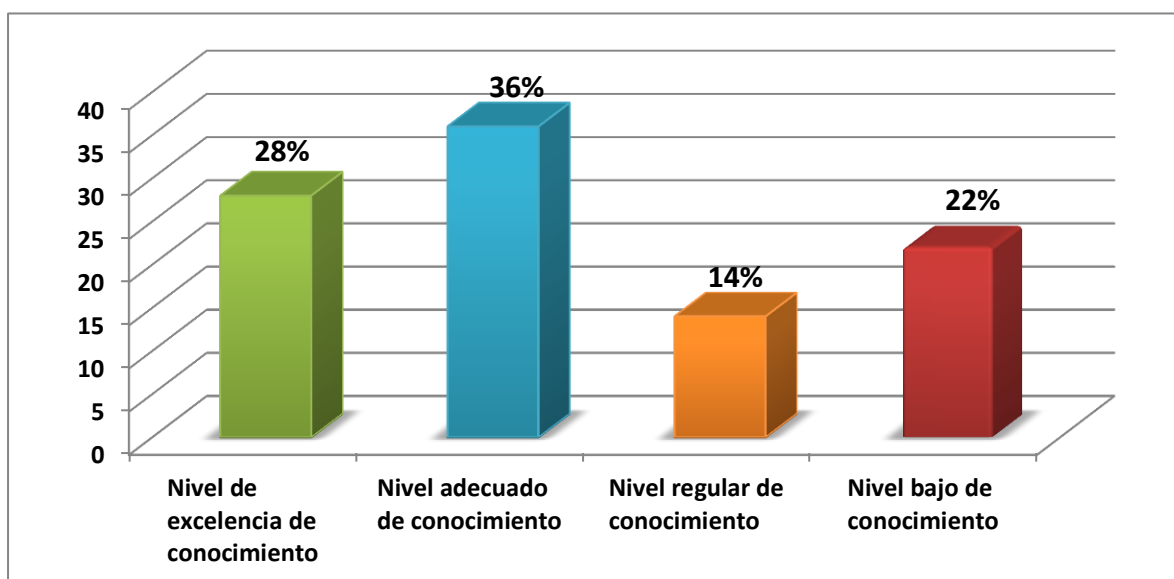
¿Conoce usted lo que es e implica la gestión del talento humano?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Nivel de excelencia de conocimiento	6	28	22	100
Nivel adecuado de conocimiento	8	36		
Nivel regular de conocimiento	3	14		
Nivel bajo de conocimiento	5	22		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 03

¿Conoce usted lo que es e implica la gestión del talento humano?



Fuente: Cuadro N° 03

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

La tabla N° 03 nos muestra el nivel de conocimiento que consideran tener los operadores turísticos (gerentes y administradores de restaurantes, hoteles y hostales) a consideración de ellos mismos expresan que el 36% de ellos manifiestan tener un nivel adecuado de conocimiento de la gestión del talento humanos, el 28% de estos considera tener un nivel de excelencia, es decir un alto nivel de lo que es e implica la gestión del talento humano en su empresa, mientras que el 14% de ellos consideran tener un nivel regular de conocimiento de este aspecto y un porcentaje considerable del 22% considera que tiene un bajo nivel de conocimiento de la gestión del talento humano

TABLA N° 04

Muestra el nivel de motivación en cuanto a incentivos salariales por productividad respecto a la gestión de talento humano que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

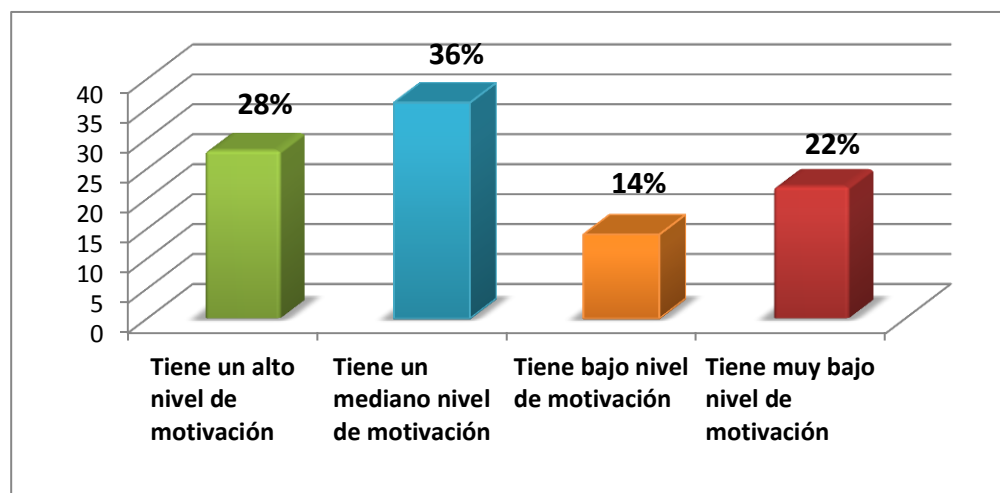
¿Tiene acciones de motivación con incentivos salariales por productividad hacia sus trabajadores?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Tiene un alto nivel de motivación	6	28	22	100
Tiene un mediano nivel de motivación	8	36		
Tiene bajo nivel de motivación	3	14		
Tiene muy bajo nivel de motivación	5	22		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 04

¿Tiene acciones de motivación con incentivos salariales por productividad hacia sus trabajadores?



Fuente: Cuadro N° 04

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

En la tabla N° 04 muestra como resultado el nivel de motivación que muestran los operadores turísticos, que se demuestra con incentivos salariales por productividad hacia sus trabajadores, resultando que solo un 28% de los operadores turísticos tiene un alto nivel de motivación para con sus trabajadores, el 36% muestra un nivel medio, el 14% tienen un nivel bajo de motivación y un 22% de ellos no demuestran motivación alguna para con sus trabajadores por tener un nivel muy bajo de motivación.

TABLA N° 05

Muestra el nivel de actualización que tienen los operadores turísticos respecto a la gestión del talento humano en la provincia de Huánuco, 2015.

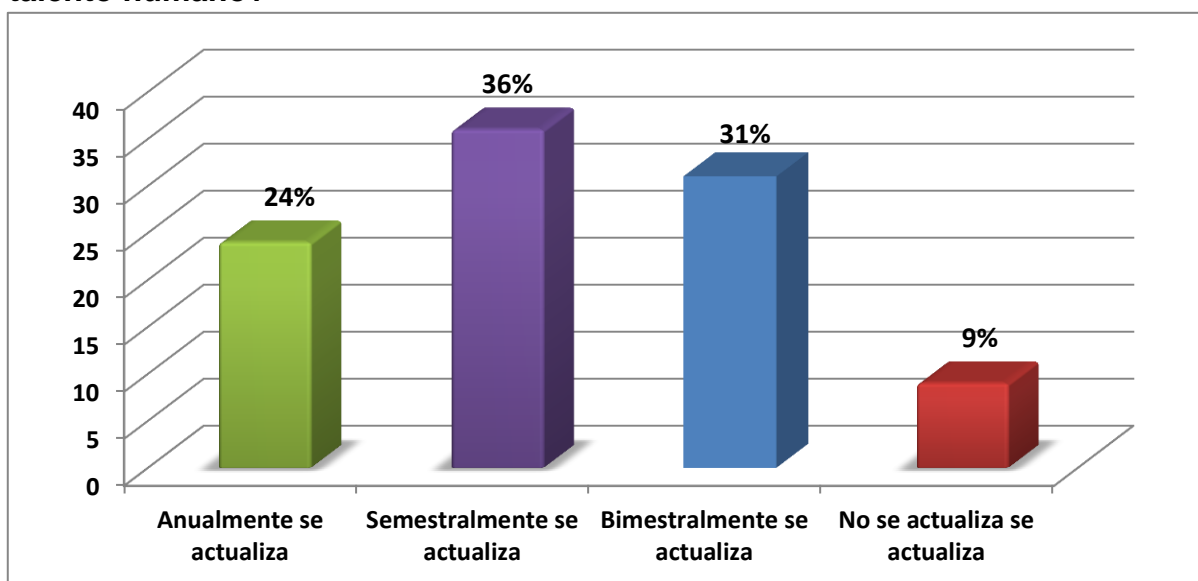
¿Cada cuánto tiempo recibes actualización respecto a temas de gestión del talento humano?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Anualmente se actualiza	5	24	22	100
Semestralmente se actualiza	8	36		
Bimestralmente se actualiza	7	31		
No se actualiza	2	9		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 05

¿Cada cuánto tiempo recibes actualización respecto a temas de gestión del talento humano?



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

La tabla N° 05 arroja como resultado el nivel de actualización que tienen los operadores turísticos respecto a la gestión del talento humano en la provincia de Huánuco durante el año 2015, la misma que se comprobó por las veces que recibe o participa en actualizaciones respecto a temas de la gestión de talento humano, resultando que el 36% de estos se actualiza en estos temas en promedio 2 veces al año, el 31% se actualiza bimestralmente, es decir, esta actualizado, el 24% de ellos solo se actualiza una vez al año y un 9% nunca se actualiza en éstos temas de gestión del talento humano en la provincia de Huánuco.

TABLA N° 06

Muestra el nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento humano que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

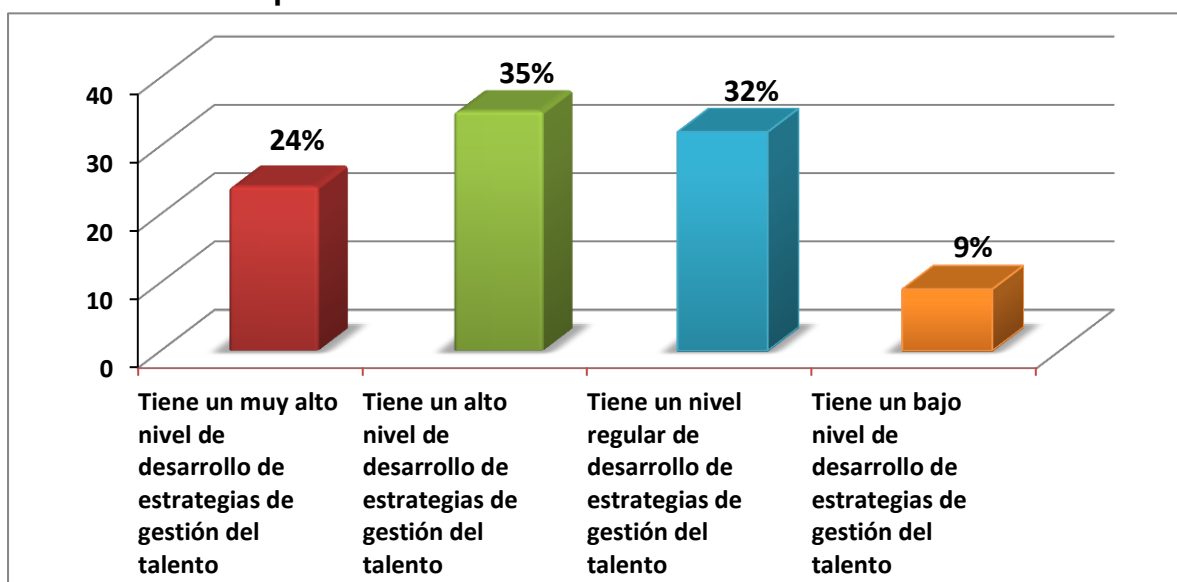
¿Consideras que conoces y desarrollas estrategias de gestión del talento humano en tu empresa?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Tiene un muy alto nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento	5	24	22	100
Tiene un alto nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento	8	35		
Tiene un nivel regular de desarrollo de estrategias de gestión del talento	7	32		
Tiene un bajo nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento	2	9		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 06

¿Consideras que conoces y desarrollas estrategias de gestión del talento humano en tu empresa?



Fuente: Cuadro N° 06

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

En la tabla N° 06 observamos, existe un buen nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento humano, a pesar de la poca preparación respecto a ello por cuanto el 35% de los operadores consideran tener un alto nivel de desarrollo de estrategias, el 24% considera aún más tener un nivel muy alto de desarrollo de estrategias, el 32% considera tener un nivel regular y solo un 9% de estos consideran tener un nivel bajo de desarrollo de estrategias de gestión.

TABLA N° 07

Muestra el nivel de organización y de promoción para el desarrollo turístico que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

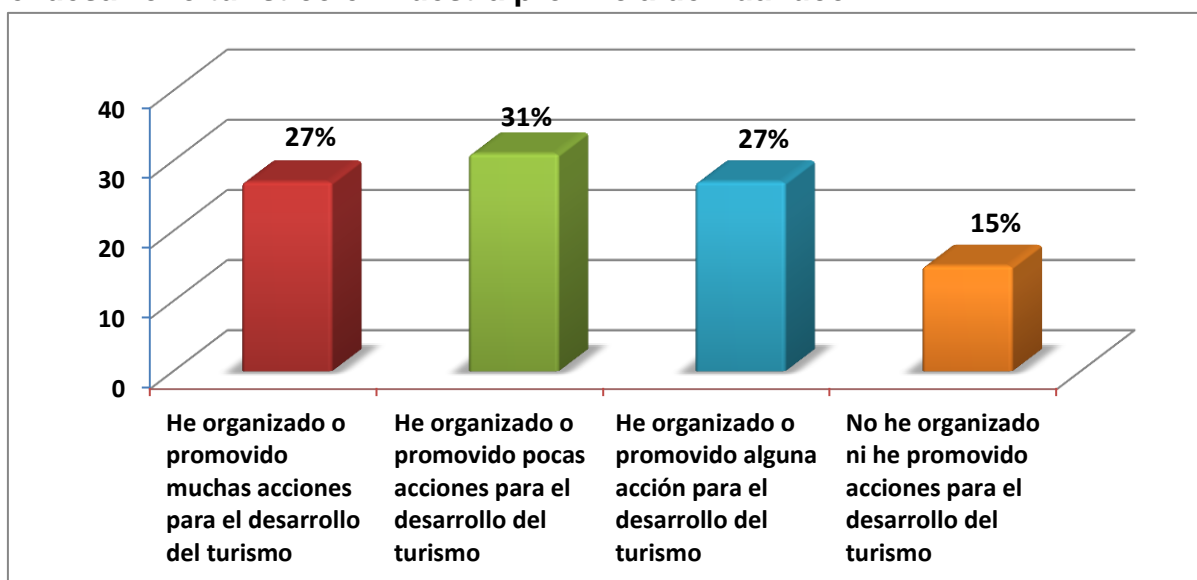
En los últimos 12 meses ¿Usted ha organizado o ha promovido acciones para el desarrollo turístico en nuestra provincia de Huánuco?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
He organizado o promovido muchas acciones para el desarrollo del turismo	6	27	22	100
He organizado o promovido pocas acciones para el desarrollo del turismo	7	31		
He organizado o promovido alguna acción para el desarrollo del turismo	6	27		
No he organizado ni he promovido acciones para el desarrollo del turismo	3	15		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 07

En los últimos 12 meses ¿Usted ha organizado o ha promovido acciones para el desarrollo turístico en nuestra provincia de Huánuco?



Fuente: Cuadro N° 07

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

La Tabla N° 07 arroja el resultado del nivel de organización y de promoción para el desarrollo turístico que tienen los operadores turísticos en nuestra provincia de Huánuco, siendo que el 27% de estos organizan y promueven muchas acciones para el desarrollo de turismo en el último año, mientras que un 31% ha organizado pocas acciones, el 27% de los operadores turísticos ha realizado alguna acción para el desarrollo del turismo y el 15% de estos no promueve ni realiza acción alguna a favor del desarrollo del turismo de nuestra provincia en los últimos 12 meses.

TABLA N° 08

Muestra el nivel de aplicación de programas de innovación para un mejor servicio turístico que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

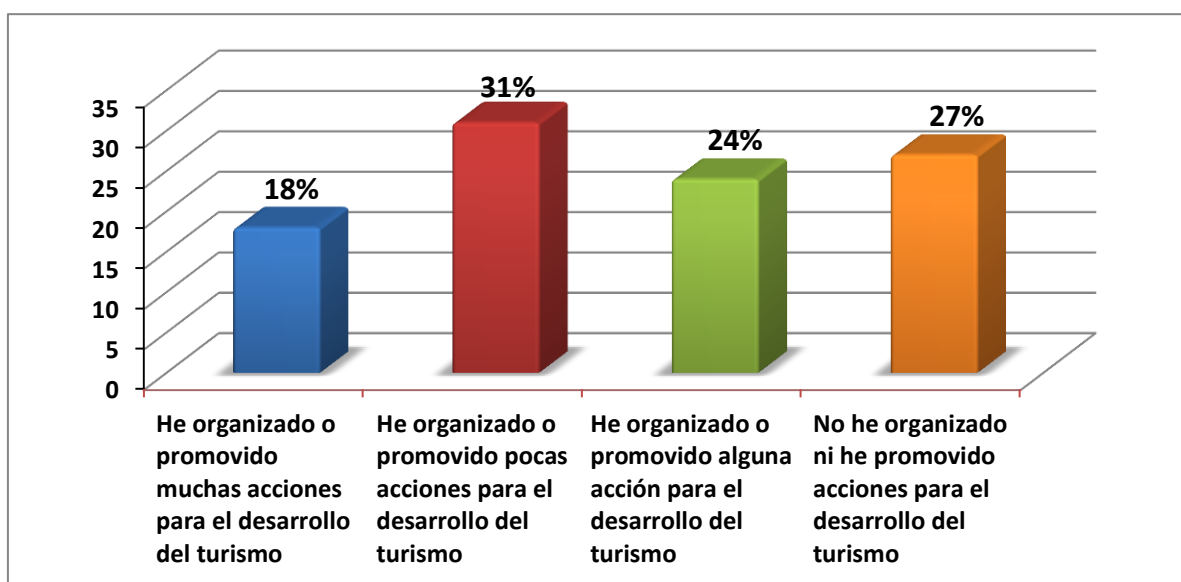
En los últimos 12 meses ¿Usted ha aplicado programas de innovación para un mejor servicio turístico?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
He aplicado muchos programas de innovación para un mejor servicio turístico.	4	18	22	100
He aplicado algunos programas de innovación para un mejor servicio turístico.	7	31		
He aplicado pocos programas de innovación para un mejor servicio turístico	5	24		
No he aplicado ningún programa de innovación para un mejor servicio turístico.	6	27		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 08

En los últimos 12 meses ¿Usted ha aplicado programas de innovación para un mejor servicio turístico?



Fuente: Cuadro N° 08

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

La tabla N° 08 nos muestra que el 18% de los operadores turísticos en los últimos 12 meses ha aplicado muchos programas o acciones de innovación para un mejor servicio turístico, el 31% solo ha aplicados algunos programas, el 24% pocos programas y un considerable 27% de éstos no ha realizado o aplicado ninguna acción de innovación.

TABLA N° 09

Muestra el nivel de capacitación sobre gestión del talento humano a través de talleres, conferencias, seminarios, congresos que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

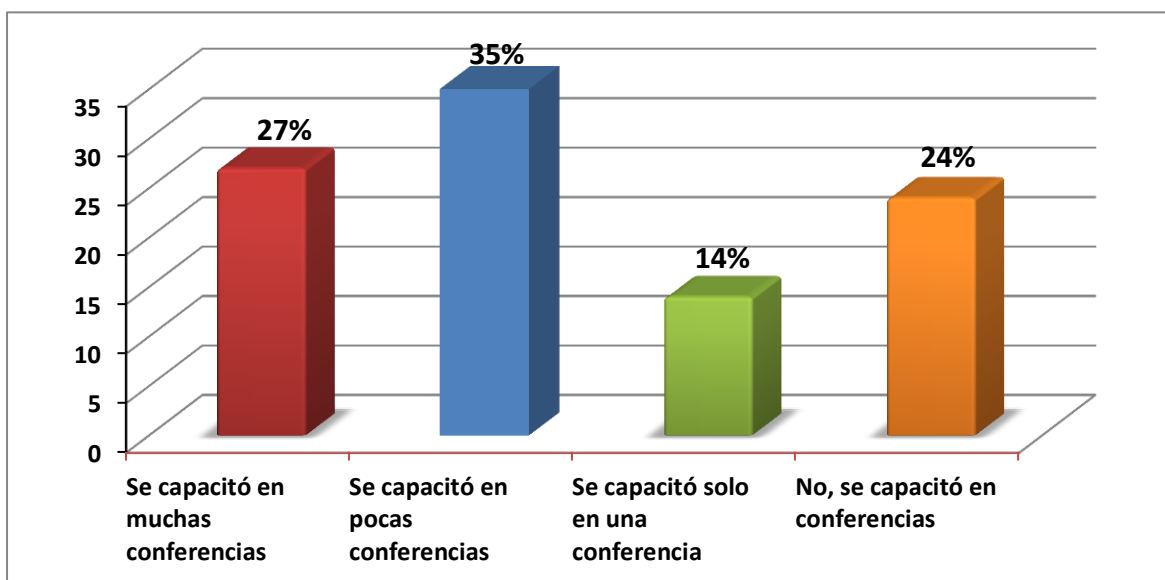
En los últimos 12 meses ¿Usted se ha capacitado en gestión del talento humano a través de talleres, seminarios, congresos o conferencias?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Se capacitó en muchas conferencias	6	27	22	100
Se capacitó en pocas conferencias	8	35		
Se capacitó solo en una conferencia	3	14		
No, se capacitó en conferencias	5	24		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 09

En los últimos 12 meses ¿Usted se ha capacitado en gestión del talento humano a través de talleres, seminarios, congresos o conferencias?



Fuente: Cuadro N° 09

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

En el cuadro N° 09 muestra el nivel de capacitación que tienen los operadores turísticos respecto a gestión del talento humano en nuestra provincia de Huánuco, siendo que el 35% solo se capacita pocas veces al año. El 27% se capacita muchas veces, el 24% solo se capacitó una sola vez, y un 24% nunca se capacitó en los últimos 12 meses, en temas de gestión del talento humano.

TABLA N° 10

Muestra el nivel porcentaje de utilización de presupuesto para el desarrollo de habilidades de sus trabajadores que tienen los operadores turísticos en la provincia de Huánuco, 2015.

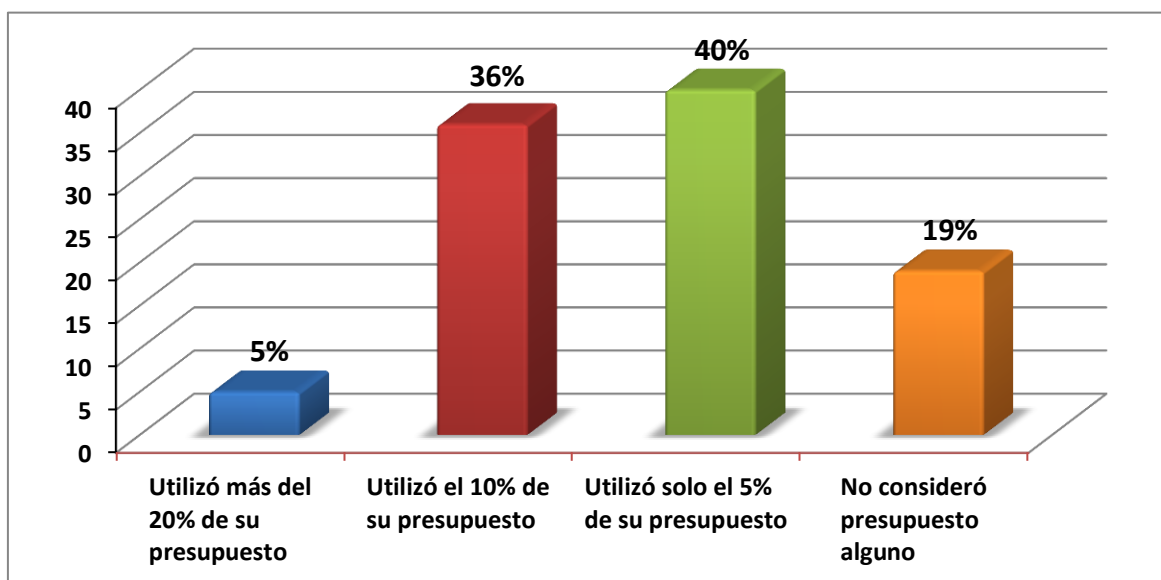
En los últimos 12 meses ¿Usted que parte de su presupuesto utilizó para desarrollar habilidades en sus trabajadores de su empresa?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Utilizó más del 20% de su presupuesto	1	5	22	100
Utilizó el 10% de su presupuesto	8	36		
Utilizó solo el 5% de su presupuesto	9	40		
No consideró presupuesto alguno	4	19		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 10

En los últimos 12 meses ¿Usted que parte de su presupuesto utilizó para desarrollar habilidades en sus trabajadores de su empresa?



Fuente: Cuadro N° 10

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

La tabla N° 10 muestra el nivel de utilización del presupuesto para el desarrollo de habilidades de sus trabajadores que tienen los operadores turísticos, siendo que el 40% de estos solo utiliza menos del 5% de su presupuesto para este rubro, mientras que un 36% de los operadores utiliza el 10% de su presupuesto, solo un reducido porcentaje del 5% utiliza más del 20% de su presupuesto, sin embargo existe un 19% de operadores que no considera presupuesto alguno para éste aspecto de la gestión.

TABLA N° 11

Muestra en nivel de consideración respecto a que si los operadores turísticos tienen programas o acciones de responsabilidad social en sus planes operativos del 2015.

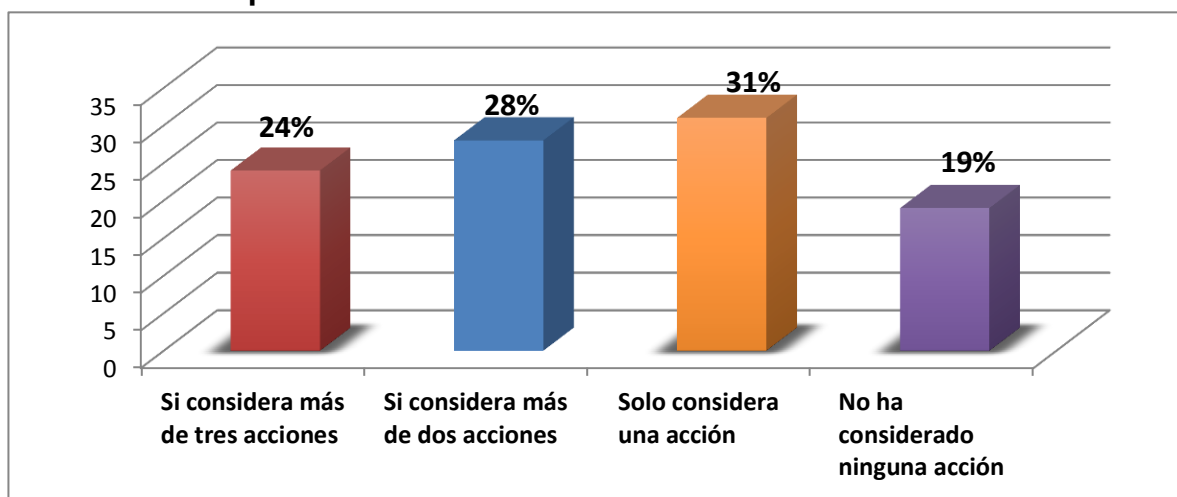
En los últimos 12 meses ¿Usted dentro de su plan operativo ha considerado acciones de responsabilidad social?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Si considera más de tres acciones	5	24	22	100
Si considera más de dos acciones	6	28		
Solo considera una acción	7	31		
No ha considerado ninguna acción	4	19		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 11

En los últimos 12 meses ¿Usted dentro de su plan operativo ha considerado acciones de responsabilidad social?



Fuente: Cuadro N° 11

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

La tabla N° 11 arroja como resultados en cuanto al nivel de consideración que tiene los operadores turísticos para establecer en sus planes operativos acciones de responsabilidad social, dando como resultado que la mayoría (31%) solo considera una acción de responsabilidad social; el 28% considera 2 acciones; el 24% si considera más de tres acciones, y el 19% de los operadores no ha considerado ninguna acción de responsabilidad social en su plan operativo el año 2015.

TABLA N° 12

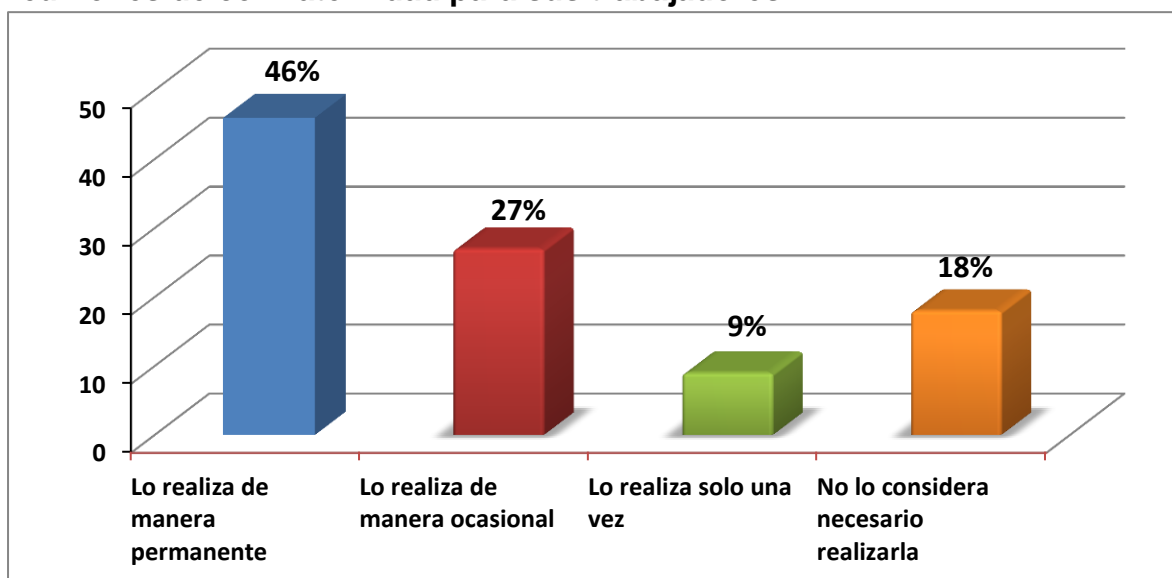
Muestra la cantidad de reuniones de confraternidad que los operadores turísticos han propiciado para con sus trabajadores de sus empresas en la provincia de Huánuco, 2015.

En los últimos 12 meses ¿Usted en cuantas ocasiones ha propiciado reuniones de confraternidad para sus trabajadores?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Lo realiza de manera permanente	10	46	22	100
Lo realiza de manera ocasional	6	27		
Lo realiza solo una vez	2	9		
No lo considera necesario realizarla	4	18		

Fuente: La encuesta
Elaboración: Propia

Grafico N° 12

En los últimos 12 meses ¿Usted en cuantas ocasiones ha propiciado reuniones de confraternidad para sus trabajadores?



Fuente: Tabla N° 12
Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

En la tabla N° 12 observamos la cantidad de reuniones de confraternidad que los operadores turísticos han propiciado para con sus trabajadores de sus empresas durante el 2015, dando como resultado que un 46% de estos los realizan permanentemente; el 27% lo realiza ocasionalmente; el 9% solo lo hace una sola vez al año pero observamos que un 18% de los operadores nunca lo realiza ni lo considera necesario realizarla.

TABLA N° 13

Muestra el nivel de participación de los operadores turísticos en asociaciones u organizaciones que promuevan el turismo de la provincia de Huánuco, 2015.

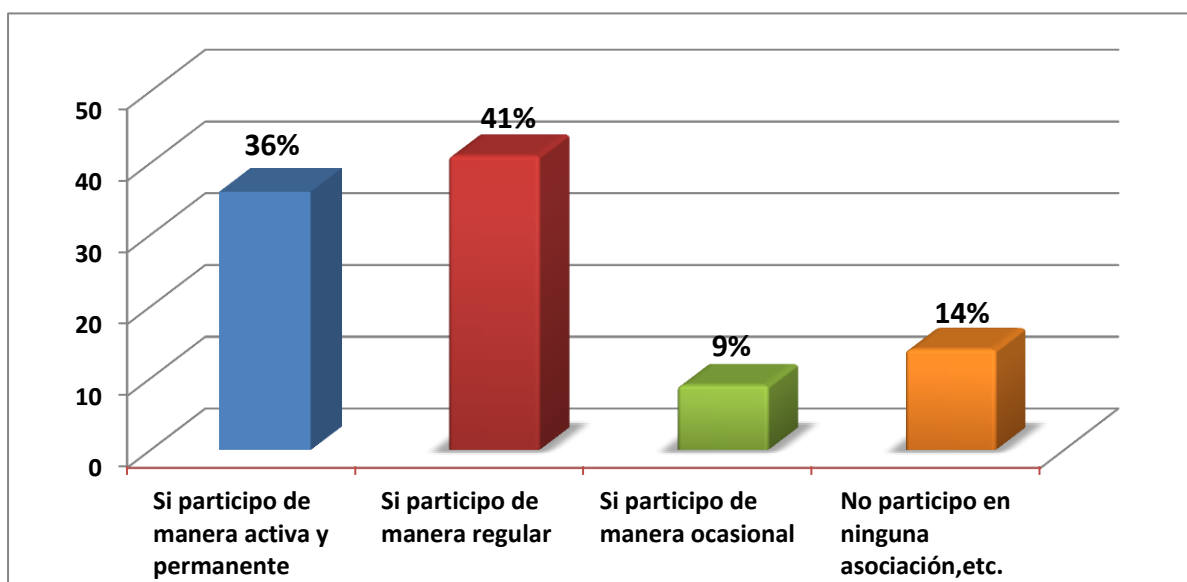
En los últimos 12 meses ¿Usted es miembro o participa de alguna asociación u organización que promueve el desarrollo del turismo de la provincia de Huánuco?	Consideración de los operadores turísticos		Total	
	f	%	f	%
Si participo de manera activa y permanente	8	36	22	100
Si participo de manera regular	9	41		
Si participo de manera ocasional	2	9		
No participo en ninguna asociación, etc	3	14		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia

Grafico N° 13

En los últimos 12 meses ¿Usted es miembro o participa de alguna asociación u organización que promueve el desarrollo del turismo de la provincia de Huánuco?



Fuente: Cuadro N° 13

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

La tabla N° 13 arroja como resultados el nivel de participación de los operadores turísticos en asociaciones u organizaciones que promueven el turismo, siendo que el 41% participa regularmente; 36% participa de manera permanente y activa; el 9% participa de manera ocasional y el 14% de estos no participan en asociación u organización alguna de promoción turística.

TABLA N° 14

Muestra a consideración de los operadores turísticos el nivel de importancia, que tienen nuestras costumbres locales como un elemento potencializador del desarrollo turístico para nuestra provincia de Huánuco, 2015.

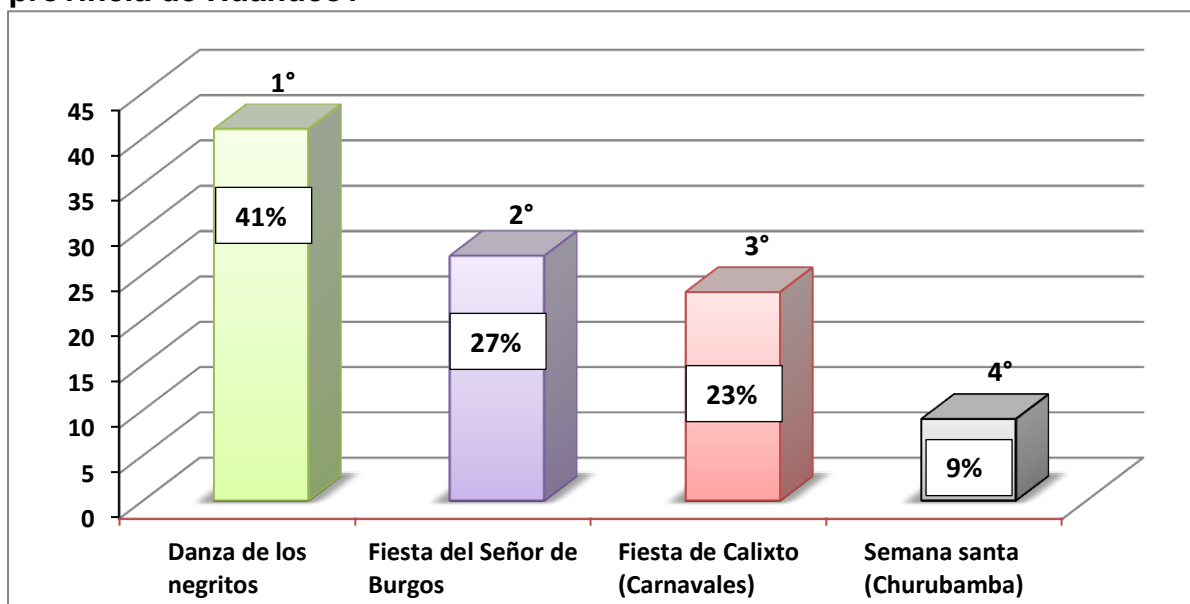
En orden de importancia ¿Cuál de las siguientes costumbres locales se constituyen un elemento potencializador del desarrollo turístico en nuestra provincia de Huánuco?	Consideración de los operadores turísticos			Total	
	f	%	Orden	f	%
Danza de los Negritos	9	41	1°	22	100
Fiesta de Calixto (Carnavales)	5	23	3°		
Fiesta del Señor de Burgos	6	27	2°		
Semana Santa (Churubamba)	2	9	4°		

Fuente: La encuesta

Elaboración: Propia.

Grafico N° 14

En orden de importancia ¿Cual de las siguientes costumbres locales se constituyen un elemento potencializador del desarrollo turístico en nuestra provincia de Huanuco?



Fuente: Tabla N° 14

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación.

La tabla N° 14 muestra que los operadores turísticos consideran que la danza de los negritos de Huánuco constituye un elemento potencializador de primer orden para el desarrollo del turismo de nuestra provincia; en segundo orden esta la festividad del Señor de Burgos, en tercer orden la Fiesta de Calixto y en cuarto orden las festividades de Semana Santa.

TABLA N° 15

Muestra a criterio de los expertos el equipamiento turístico en nuestra provincia de Huánuco, 2015

Equipamiento turístico	Consideración de los expertos
	<i>f</i>
Número de hoteles/hospedajes formales del rubro turístico.	80
Número de agencias de viaje y tours operadores turísticos formales.	12
Número de páginas Webs con contenido turístico	8
Número de centros turísticos formales (recreos, restaurantes, etc)	60

Fuente: Entrevista. (Anexo 05)

Elaboración: La tesista.

Análisis e interpretación.

La tabla N° 15 muestra el criterio de los expertos en turismo de la provincia de Huánuco, éstos manifiestan que si bien es cierto existen muchos hoteles, hostales, la mayoría de éstos son informales solo se conoce a través de los datos de la DIRCETUR-Huánuco que existen aproximadamente 80 hoteles formales del rubro turístico, de la misma fuente los expertos expresan que existe 12 agencias de viaje y tours operadores turísticos formales en Huánuco; también sólo hay 8 sitios Webs o páginas Webs con contenidos turísticos de Huánuco, finalmente sostiene que hay 60 centros turísticos formales entre recreos, restaurantes en la ciudad de Huánuco en el año 2015.

TABLA N° 16

Muestra a criterio de los expertos el equipamiento turístico existente en nuestra provincia de Huánuco, 2015.

Infraestructura turística	Consideración de los expertos
	<i>f</i>
Número de museos	1
Número de parques temáticos	0
Número de Centro arqueológicos	6
Número de albergues turísticos	0

Fuente: Entrevista.

Elaboración: La tesista.

Análisis e interpretación.

La tabla N° 16 muestra el criterio de los expertos respecto al equipamiento turísticos existente en la provincia de Huánuco, los mismos que expresan no tener información real puesto que la DIRCETUR no tiene actualizado sus datos al respecto, en tal sentido expresan que aproximadamente existe sólo 1 museo, no existe en la provincia ningún parque temático de carácter turístico, existen 6 centros arqueológicos dentro de la provincia de Huánuco, pero ningún albergue turístico.

4.2. Análisis y organización de datos para la prueba de Hipótesis.

Para la prueba de hipótesis se consideró que la escala de estimación arriba mencionada, posee límites reales que van desde 1 a 4 y que el límite real de las estimaciones poco favorable es de 3,4. Este el valor considerado como patrón mínimo de referencia que permite traducir la estructura semántica de la hipótesis general a una expresión estadística conforme lo establecido en la docimasia de la hipótesis. Así se considera que las estimaciones son favorables si superan el valor de 3,4. Aceptándose la hipótesis alterna (H_a) Se considera que las estimaciones son desfavorables si no superan el valor de 3.4. rechazándose la hipótesis nula (H_0). Por ello es que en el presente trabajo la hipótesis se traduce de la siguiente manera:

$H_0 < 3,4$ (Hipótesis Nula)

$H_1 > 3,4$ (Hipótesis Alterna)

Se calculó también la prueba de Ji- cuadrado mediante una tabla de contingencias en la cual se colocan las frecuencias obtenidas en cada uno de los aspectos o elementos evaluados. Como se sabe, esta prueba compara una distribución de frecuencias esperadas o teóricas, las frecuencias esperadas correspondientes a cada celda, se obtienen según el procedimiento que establece:

$f_e = (\text{sub. total columna} \times \text{sub. total fila}) / \text{total general}$

La fórmula de Ji-cuadrada = $\chi^2: (f_o - f_e)^2 / f_e = \text{frecuencia observada, medida o empírica y } f_e = \text{frecuencia teórica o esperada.}$

Para interpretar el valor crítico calculado es necesario obtener el valor crítico o tabulado que es el límite entre la región de aceptación o de rechazo de la hipótesis nula, para lo cual se requiere:

- a. Establecer el nivel de significación a través del valor de Alfa o probabilidad de error (0,05).
- b. Obtener los grados de libertad, multiplicando:
 $\text{Filas} - 1 \times \text{Columnas} - 1 = 4 - 1 \times 2 - 1 = 4 \text{ g.l.}$
- c. El cálculo de la prueba fue el siguiente:

Tabla Nº 17

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS POR VARIABLES DE ESTUDIO

N	Dimensión	Indicador	Escala			
			a	b	c	d
	<u>Variable Independiente:</u> Gestión del Talento Humano		a	b	c	d
1	Capacitación	Nivel de motivación	12	4	2	2
		Nivel de actualización	04	8	5	7
		Manejo de estrategias	08	3	6	5
2	Conocimiento	Nivel de identidad local	7	8	4	3
		Nivel de Innovación	10	2	6	4
		Nivel de conocimiento	9	6	5	2
3	Habilidades	Manejo de recursos	5	10	4	3
		Nivel de responsabilidad social	2	10	6	4
		Nivel de destrezas	7	8	3	4
			Escala			
			a	b	c	d
	<u>Variable Dependiente:</u> Desarrollo turístico					
1	Conciencia y cultura turística.	Nª de hoteles del rubro turístico	1	9	7	4
		Nª de agencia de viajes y tour operadores	2	6	4	10
3	Equipamiento turístico	Nª de páginas web con contenido turístico	0	2	12	6
5		Nª de museos	0	1	1	11
6	Infraestructura turística.	Nª de parques temáticos	0	0	7	14
		Mantenimiento y protección de los atractivos turísticos	5	2	5	5

Fuente : Encuesta Gestión del Talento Humano / Desarrollo turístico
 Elaboración : Propia

Prueba de Hipótesis General:

Hipótesis general

Ha: La gestión del talento se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015

Tabla Nº 18

DESARROLLO TURÍSTICO*GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO tabulación cruzada

		GESTION DEL TALENTO HUMANO		Total
		Si	No	
Mala	Recuento	22	11	33
	Recuento esperado	20,1	12,9	33,0
	% del total	10,0%	5,0%	15,0%
Regular	Recuento	38	32	70
	Recuento esperado	42,6	27,4	70,0
	% del total	17,3%	14,5%	31,8%
Buena	Recuento	56	37	93
	Recuento esperado	56,6	36,4	93,0
	% del total	25,5%	16,8%	42,3%
Muy buena	Recuento	16	5	21
	Recuento esperado	12,8	8,2	21,0
	% del total	7,3%	2,3%	9,5%
Total	Recuento	134	86	220
	Recuento esperado	134,0	86,0	220,0
	% del total	60,9%	39,1%	100,0%

Fuente : Tabulación encuestas Gestión del Talento Humano / Desarrollo Turístico

Elaboración : Propia

Análisis e interpretación

La tabla número 18 nos muestra la tabla de contingencia de las variables gestión del talento humano y el desarrollo turístico, en la cual se observa las frecuencias observadas (f_o) y las frecuencias esperadas (f_e), como se observa las frecuencias esperadas se encuentran en el límite permitido por el criterio de Cochran, sólo un 20% de las f_e han superado un recuento inferior a 5, con lo que es posible la aplicación de la prueba Chi-cuadrado.

Tabla Nº 19
Pruebas de Chi-Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Sig. Monte Carlo (2 caras)		
				Sig.	95% de intervalo de confianza	
					Límite inferior	Límite superior
Chi-cuadrado de Pearson	17,90 3 ^a	4	,001	,001 ^b	,001	,002
Razón de verosimilitud	16,86 4	4	,002	,003 ^b	,002	,004
Prueba exacta de Fisher	16,61 1			,002 ^b	,001	,003
Asociación lineal por lineal	4,373 ^c	1	,037	,043 ^b	,039	,047
N de casos válidos	220					

a. 2 casillas (20,0%) han esperado un recuento menor que 4. El recuento mínimo esperado es 1,48.

b. Se basa en 10000 tablas de muestras con una semilla de inicio 1978014291.

c. El estadístico estandarizado es 2,091.

Análisis e interpretación

La tabla número 19 nos muestra que el valor Sig. (bilateral) tiene un equivalente a 0,001 con lo que $sig < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, esto quiere decir que a un nivel de significancia del 0.05% se pudo demostrar que existe relación entre la gestión del talento humano y el desarrollo turístico de manera significativa.

Hipótesis Específico N° 1

Ho La capacitación no se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

Ha La capacitación se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

Tabla N° 20

Estadísticas de muestra única

	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Desarrollo Turístico	220	3,6000	,91861	,06193

Prueba de muestra única

	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Desarrollo Turístico	-6,459	219	,000	-,40000	-,5221	-,2779

Fuente : Encuesta Desarrollo Turístico

Elaboración : Propia

Análisis e interpretación

La tabla número 20 nos muestra que el valor Sig. (bilateral) tiene un equivalente inferior al nivel de significancia ($\text{sig} < 0.05$), entonces se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, esto quiere decir que a un nivel de significancia del 0.05% se pudo demostrar que el nivel de desarrollo turístico en la provincia de Huánuco se encuentra en una escala valorativa de buena.

Hipótesis Específica

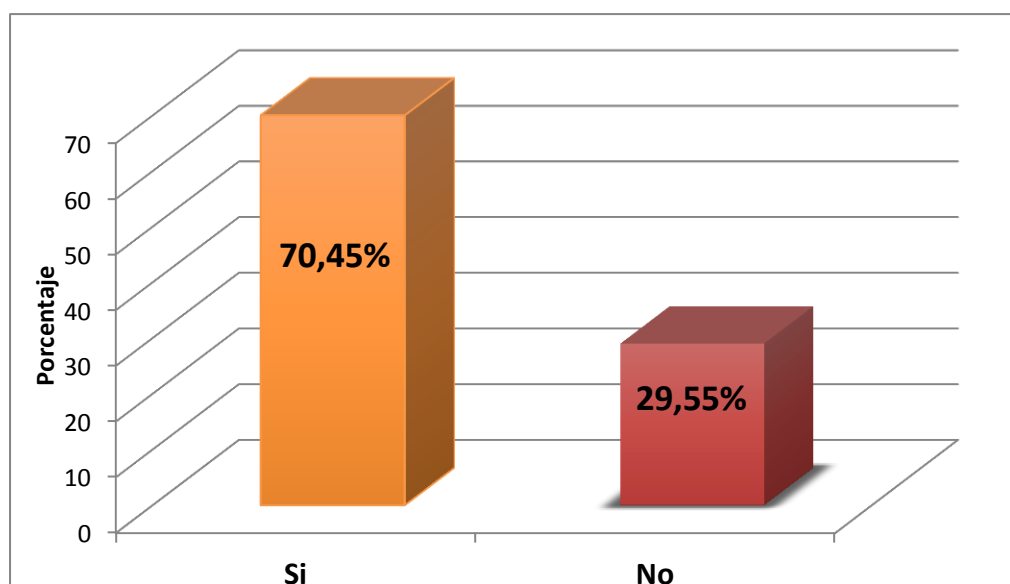
Ho: Las empresas de servicio turístico no aplican procesos de gestión del talento Humano.

Ha: Las empresas de servicio turístico si aplican procesos de gestión del talento Humano.

Tabla Nº 21
Prueba de muestra única

	Valor de prueba = 1						
	Media	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
						Inferior	Superior
Gestión del talento humano	1,295	9,583	219	,000	,29545	,2347	,3562

Gráfico Nº 21
Gestión del talento humano



Fuente : Encuesta Gestión del Talento Humano
Elaboración : Propia

Análisis e interpretación

Las tablas número 21 nos muestra que el valor de la media es 1,295; asimismo nos muestra que el valor Sig. (bilateral) tiene un equivalente inferior al nivel de significancia ($\text{sig} < 0.05$), entonces se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, esto quiere decir que a un nivel de significancia del 0.05% se pudo demostrar que las empresas de servicio turístico si aplican procesos de gestión del talento Humano.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Contrastación con el problema, objetivos y con la hipótesis

Contrastación con el problema de investigación

Antes de iniciar la discusión, es importante remarcar que los niveles de fiabilidad por consistencia interna y validez de constructo de los instrumentos utilizados han sido óptimos. Estos datos dan garantía para su uso en el presente estudio.

En cuanto corresponde al problema, la relación que existe entre la capacitación y el desarrollo del turismo es muy poco. La capacitación en el sector turismo sólo está a cargo del sector público, no están articulando con todos los sectores y principalmente con las empresas privadas del sector.

Partiendo de que la calidad del servicio turístico es un componente del “producto turístico” es necesario fortalecer las capacidades a los operadores turísticos en todos los aspectos, esto debido entre otros factores a la falta de preocupación de muchos operadores turísticos y del empresariado privado en general que piensan que hacen un favor al turista brindándoles hospedaje y alimentación, no se capacitan idóneamente, no toma conciencia que el turismo es una actividad económica que ayuda en el desarrollo económico de nuestra

provincia; por otro lado no existe un plan de desarrollo turístico que especifique las acciones puntuales en esa área y otro por la falta de visión y compromiso del sector turismo en dar continuamente capacitación a los que directamente están involucrados y a los indirectos dentro de la actividad.

No existe capacitaciones por parte de la DIRCETUR, éstas vienen de MINCETUR a través de CALTUR (calidad del turismo).

Por otro lado, en base a estos resultados, se puede afirmar que en los últimos años observamos como el incremento de la competencia y la necesidad de mejorar la calidad de las empresas turísticas está íntimamente relacionada. El factor humano cobra cada vez más importancia dentro de las organizaciones al ser consideradas en su totalidad como individuos inteligentes y creativos. Esa es su finalidad: Que las personas se desarrollen integralmente de manera individual y grupal, y así conseguir el crecimiento de la organización. Esto corrobora Jaramillo (2005), que señala que la gestión del talento humano es la responsable de la excelencia de organizaciones exitosas y del aporte de capital intelectual en plena era de la información.

Contrastación con los objetivos de la investigación

En cuanto a los objetivos y en atención a los resultados obtenidos y a los fundamentos teóricos recogido en nuestro marco conceptual podemos afirmar que ha logrado establecer la existencia de una significativa correlación entre la gestión del talento humano con el desarrollo del turismo y que se hace necesaria implementar en nuestro medio esto debido a que los operadores turísticos son administradores de una empresa, mientras que otro porcentaje lo ejercen siendo gerentes de una empresa y en un poco porcentaje de estos se dedican al rubro comercial y/o financiero tal como lo podemos constar en la tabla 01.

Si bien es cierto que las capacitaciones desarrollan competencias, habilidades y conocimientos permiten además que los operadores turísticos tengan las herramientas para solucionar problemas y llegar a tener una adecuada gestión en el logro de sus objetivos., en nuestro medio son pocos los operadores que están capacitados y actualizados en temas de gestión del talento humano tal como advertimos en la tabla N° 05.

En este mismo sentido notamos que el nivel de actualización de los operadores turísticos es bajo puesto que solo un 24% de estos se actualiza, un 31% se capacitan permanentemente, la gran mayoría se capacita esporádicamente y el 9% nunca se capacita, esto es un factor que influye en que no haya un interés por desarrollar el talento humano como una condición necesario para todo desarrollo personal y social.

Sabemos para que haya un desarrollo turístico de nuestra provincia se hace necesaria que los operadores turísticos tanto privados como del sector público se esfuercen cada vez más por promover y desarrollar habilidades las mismas que le permitirán también elevar el nivel de organización y de promoción del turismo en la provincia de Huánuco, toda vez que es bajo el nivel de organización y promoción de acciones para el turismo en nuestra provincia por parte de los operadores turísticos (Tabla 07).

Todo esto lleva a identificar una relación existente entre las habilidades de los gerentes con el desarrollo del turismo en Huánuco.

Por otro lado con las entrevistas hecha a los expertos proponer estrategias de gestión del talento humanos que mejore el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015.

Contrastación con las hipótesis de la investigación.

En concordancia a lo formulado en las hipótesis podemos establecer lo expuesto anteriormente, se enfocó el estudio en la relación existente entre la gestión del talento humano con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco; y se comprobó la existencia de diferencias significativas ($p < 0,005$) entre estas dos variables.

En los fundamentos teóricos se establece que la persona constituye el principal activo de la organización; de allí la necesidad de capacitarlos y desarrollar sus talentos como el principal recurso y estrategia para el desarrollo de cualquier empresa o actividad humana.

Las empresas que han alcanzado un cierto éxito son las que han sido capaces de optimizar el retorno del talento humano de sus miembros y clientes o usuarios.

Cuando un equipo empresarial está orientado hacia las personas, tanto en su filosofía como en su cultura organizacional esto permite la colaboración eficaz de las personas (empleados, funcionarios, recursos humanos o cualquier denominación utilizada), alcanzar los objetivos organizacionales e individuales. Nombres como departamento de personal, relaciones industriales, recursos humanos, desarrollo de talentos, capital humano o capital intelectual, se utilizan para describir la unidad, el departamento o el equipo relacionado con la gestión de las personas.

Todo esto finalmente conducirá en cuanto al objeto de nuestra investigación a desarrollar nuestro potencial turístico es decir, mejorar todos aquellos elementos que permiten el desarrollo de la actividad turística de nuestra provincia, siendo necesaria también su evaluación ya que son la base y van a condicionar el tipo de desarrollo, las actividades y el segmento de mercado al cual va a dirigirse. Es decir, se tiene que analizar el patrimonio natural y cultural del territorio y los elementos que intervienen en el sistema turístico.

Para poder contrastar lo aseverado anteriormente hemos aplicado un estadígrafo matemático como lo podemos verificar en la tabla N° 21 que nos muestra que el valor de la media es 1,295; asimismo nos muestra que el valor Sig. (bilateral) tiene un equivalente inferior al nivel de significancia ($\text{sig} < 0.05$), entonces se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, esto quiere decir que a un nivel de significancia del 0.05% se pudo demostrar que las empresas de servicio turístico si aplican procesos de gestión del talento Humano. Por tanto en mérito de los resultados y de los fundamentos teóricos se debe de establecer que rechazamos nuestra hipótesis nula y aceptamos la hipótesis de investigación por cuanto existe correlación entre la gestión del talento y el desarrollo turístico en la provincia de Huánuco.

5.2. Nuevos planteamientos.

Huánuco al contar con enorme potencial turístico aun por desarrollar cuenta además con actividades tales como la agricultura, la ganadería, la agroindustria, la acuicultura, la actividad forestal, de allí que se propone diversificar un turismo en sus diversas modalidades para ser considerado un

destino turístico de primer orden y recibir un flujo considerable de visitas turísticas de nacionales y extranjeros.

De allí que se hace necesario que el operador turístico promueva el talento humano siendo capaz de analizar las necesidades de capacitación y junto a un plan estratégico elaborar los programas de capacitación identificando que conocimientos y habilidades son necesarios para un recurso humano específico para lograr desempeñarse con éxito en su lugar de trabajo.

La vinculación entre el talento humano y desarrollo del turismo se encuentra tanto en la satisfacción de ambos como en la continuidad de la relación; a mejor capacidad de habilidades, conocimiento y desempeños de los operadores turísticos, mayor continuidad y sostenibilidad de desarrollo turístico. En definitiva, se propone que los operadores turísticos se capaciten en la gestión del talento humano con la cual lograrán mejores resultados, mayor presencia y reconocimiento en el mercado turístico local, esto se hará si invierten en su personal, bien sea en habilidades y destrezas como en calidad humana; lamentablemente en nuestro medio aún no es muy común observar ésta práctica.

El sector privado lentamente se está interesando en desarrollar a su talento humano, sin embargo la mayoría de empresas aún son reacias a aceptar esto como una forma de mejorar la productividad, eficacia y eficiencia.

Se propone además concebir al turismo como una actividad compleja que trascienda la apreciación objetiva de estancia, desplazamiento y recreación, para incorporar nuevos enfoques subjetivos basados en la experiencia de los turistas, y de allí su necesidad de estudiarla e investigarla desde el campo educativo y universitario de manera transdisciplinar.

En Huánuco aún existe un largo trabajo por hacer para cambiar la cultura y la forma de pensar tanto de los empresarios, directivos, ejecutivos y trabajadores sobre todo en el área del turismo puesto que solo de esta manera se podrá lograr una transformación del talento humano y podremos ponerlo a la altura de lo que nuestros pueblos requieren.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES.

En base a los resultados obtenidos, me permito efectuar las siguientes conclusiones:

- La capacitación en gestión del talento humano de los operadores turísticos tiene una alta relación estratégica con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco.
- Una empresa o institución que invierte en conocimientos sobre la gestión turística favorece el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco.
- Un adecuado y permanente desarrollo de habilidades de los operadores turísticos incide en el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco.

RECOMENDACIONES.

- A los operadores turísticos que se capaciten en la gestión del talento humano que les permitirá mejorar su desempeño empresarial, además deben promover realización de cursos de capacitación a nivel empresarial, medio y básico en turismo y hotelería como apoyo a la prestación de un buen servicio turístico.
- A las universidades ser promotores en el éxito de las instituciones y organizaciones de su entorno, invirtiendo en las personas ya que estas si están bien capacitadas pueden generar grandes beneficios.
- A todos los operadores que se desarrollen integralmente de manera individual y grupal, y así conseguir el crecimiento de su empresa y de la ciudad revalorando el turismo local.
- A los colegas de administración y carreras afines considero que es necesario, sensibilizar y concientizar la necesidad de promover la gestión del talento humano para que consideren la calidad de vida laboral como una filosofía de gestión que al mejorar la dignidad del empleado, posibilitar cambios culturales y brindar oportunidades de desarrollo y progreso personal, lo que incide directamente y de forma positiva en la consecución del desarrollo del turismo de nuestra provincia.

CAPÍTULO VII

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Referencias bibliográficas.

- Acosta, Grushenka (2008) Observatorio Laboral Revista Venezolana Universidad de Carabobo Venezuela.
- Arratia Beniscelli, A. (2010) “Desempeño laboral y condiciones de trabajo docente en Chile: influencias y percepciones desde los evaluados”. disponible en <http://tesis.uchile.cl/handle/2250/105805>.
- Camelo Avedoy J. O. (2007) “Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo: una visión multidisciplinaria”, Ed. Mc Graw Hill, Lima Perú.
- Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia (2006) Manuales Prácticos de la Pyme. BIC Galicia. España.
- Chiavenato Idalberto (2000). Administración de Recursos Humanos” Editorial Mc. Graw Hill, Lima Perú.
- Chiavenato, Idalberto (2000) “Gestión de Talento Humano” Editorial Mc. Graw Hill, Lima Perú.
- Chiavenato, Idalberto (2002) “Gestión del Talento Humano”, Editorial Mc. Graw Hill, Lima Perú.

- Chiavenato, Idalberto (2005) “Administración de Recurso Humano”, Editorial Mc. Graw Hill, Lima Perú.
- De la Torre Padilla, Oscar (1992) El Turismo Fenómeno Social 7ma edición México.
- Gary Dessler (2000) Administración de Personal Decimo Primera Edición. México.
- Gary S. Becker. (1964) “El capital Humano” Alianza Editorial. México.
- Hernández Sampieri R. Fernández Collado C. y Baptista L. P. (2010). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill. México.
- Instrumentos de Investigación (2010) Fichas de Jerarquización. Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional. MINCETUR.
- Jáuregui Zapata (2008) “La Gestión de los Recursos Humanos y la Calidad de los Servicios en la Municipalidad Provincial de Huánuco” Universidad Nacional Hermilio Valdizán-Huánuco.
- L. Valdés Peláez, Agustín V. Ruiz – (1996) Turismo y Promoción de Destinos Turísticos: implicaciones empresariales - Universidad de Oviedo.
- Maldonado Chala Y Portilla Proaño (2011) “Diagnóstico de los Atractivos Turísticos del Centro Histórico de la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura y su Difusión para la Promoción de la Ciudad” -Universidad Técnica del Norte, Ibarra-Ecuador.
- Mochón, Francisco (2008) Economía y Turismo Ed. Mc. Graw Hill Lima Perú.
- Molina, Sergio (2000) Conceptualización del Turismo – México, DF. Limusa.
- Mondy, W., Noe, R. (2008) Administración de Recursos Humanos. (Novena Edición). México: Pearson Educación.(Pg.45,47,50)
- Morantes Arias Y Villacreces Rivera (2008) Título: Propuesta para la Creación de un Producto Turístico Cultural en la Ciudad de Guayaquil - Ecuador con el fin de Diversificar la Oferta Turística del Destino. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Pérez de las Heras, Mónica (2011) Manual de Turismo Sostenible Edic. Mundi prensa Madrid España.

- Peter Zimmer y Simone Grassmann (1996). Evaluar el Potencial Turístico de un Territorio. Disponible en <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/touris/metho.pdf>.
- Poggi Dávila, Johanna (2006) Diagnóstico del potencial y propuesta de planificación eco turística en la ensenada de San Fernando. Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Ramírez Ricardo (2016) "Historia de la gestión del talento humano" Documento en línea <http://www.academia.edu/6292476>.
- Ramis P, Manassero M & García B. (2009) Consecuencias del Trabajo Emocional en el Sector Turístico: ¿Riesgos Psicosociales o Salud Laboral? [Documento en línea]. <http://www.cienciaytrabajo.cl/pdfs/32/pagina85.pdf>.
- Reyes Ponce A. (2008) Administración de Personal Sueldo y Salario 2 parte.
- Rodríguez Pulgarín, Edwin Andrés (2011) "Evolución histórica del turismo" URL:http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html en Revista Vinculando.
- Sancho, Amparo; OMT (1996 - 1998) - Introducción al Turismo.
- Santesmases, M. (2007) Marketing: Conceptos y Estrategias, ediciones Pirámide Madrid.
- Sepúlveda, Basurto Y Vizcarra (2010) Tesis para Obtener el Grado de Magíster en Administración Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Región Cusco. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Shannon y Weaver (1948) Teoría Matemática de la Comunicación.
- Soto Coz, Lyndon Víctor (2013) "Propuesta de un modelo de centro de excelencia en innovación y transferencia tecnológica y desarrollo de capacidades en el departamento de Huánuco" Universidad Nacional de Ingeniería. Programa Cybertesis Lima Perú.
- Valdez Peláez L. y Agustín Ruiz V. (1996). Turismo y Promoción de destinos turísticos: Implicaciones Empresariales – Universidad de Oviedo.
- Velásquez Gonzales, M. (2006). Gestión Estratégica del Turismo, Ed. Mc Graw Hill, Lima - Perú.
- Villalobos Monroy, Guadalupe; Pedroza Flores, René (2009) Perspectiva de la Teoría del Capital Humano acerca de la Relación entre Educación y Desarrollo Económico Universidad Autónoma del Estado de México.

- Werther y David. (2007). Administración de Recursos Humanos. 6^a Edición. Pág. 35-47.
- Werther, W. (2004) Administración de Recursos Humanos. Editorial McGraw Hill México.

ANEXOS

Título de investigación: Gestión del talento humano y el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuál es la relación que existe entre la gestión del talento humano con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS: Pe1 ¿Cuál es la relación que existe entre la capacitación de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015? Pe2 ¿Cuál es la relación que existe entre el conocimiento de la gestión turística de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015? Pe3 ¿Cuál es la relación que existe entre las habilidades de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Establecer la relación que existe entre la gestión del talento humano con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: A. Identificar la relación que existe entre la capacitación de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015. B. Identificar la relación que existe entre el conocimiento de la gestión turística de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015. C. Identificar la relación que existe entre las habilidades de los operadores turísticos con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: Hipótesis general Ha La gestión del talento humano se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la Provincia de Huánuco 2015. Ho La gestión del talento humano no se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la Provincia de Huánuco 2015.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS: Ha1 La capacitación de los operadores turísticos se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015. Ha2: El conocimiento de la gestión turística de los operadores turísticos se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015. Ha3: Las habilidades de los operadores turísticos se relacionan significativamente con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco 2015.</p>	<p>V_x Gestión del Talento Humano</p> <p>V_y Desarrollo Turístico</p>	<p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Conocimiento • Habilidades <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conciencia y cultura turística. • Equipamiento turístico. • Infraestructura turística. 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Básica</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVO CORRELACIONAL</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No experimental de corte transversal</p> <p>Dónde: M: Muestra de estudio O: Observación X: variable independiente Y: variable dependiente r: relación</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p> <p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: • Ficha de encuesta tipo cuestionario.</p> <p>TECNICA: Entrevista</p> <p>INSTRUMENTO: • Guía de entrevista</p>	<p>La población de nuestra investigación estuvo conformada por todos los operadores turísticos de empresas de servicio turístico (restaurantes, hoteles, hostales) de la provincia de Huánuco en el año 2015.</p> <p>Para determinar el tamaño de muestra se aplicó el muestreo no probabilístico en su variante intencional, siendo estos 22 sujetos de estudio.</p>

ENCUESTA

(Anexo 02)

DIRIGIDO A LOS ADMINISTRADORES Y/O GERENTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE HUÁNUCO EN EL AÑO 2015.

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN. “Gestión del talento humano y el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015”

INSTRUCCIÓN. Estimado(a) Sr./Sra./Srta.

A continuación te presento algunas preguntas que tendrás a bien contestarlas marcando con un aspa (X) en la alternativa que tú creas más correcta o adecuada, la información que nos darás es confidencial y anónima, y servirá para un trabajo de investigación, razón por el cual agradeceremos hacerla con la veracidad del caso.

Gracias por su colaboración.

A. ASPECTOS GENERALES

1. Ud. actualmente labora como:

- a. administrador de una empresa ()
- b. gerente de una empresa ()
- c. otro (especifique).....

2. ¿A qué rubro comercial se dedica?

- a. sector turístico ()
- b. sector financiero ()
- c. sector comercial ()
- d. otro (especifique).....

3. ¿Conoce usted lo que es e implica la gestión del talento humano?

- Nivel de excelencia de conocimiento ()
- Nivel adecuado de conocimiento ()
- Nivel regular de conocimiento ()
- Nivel bajo de conocimiento ()

B. ASPECTOS ESPECÍFICOS

I.- Capacitación.

4. ¿Tiene acciones de motivación con incentivos salariales por productividad hacia sus trabajadores?

- Tiene un alto nivel de motivación ()
- Tiene un mediano nivel de motivación ()
- Tiene bajo nivel de motivación ()
- Tiene muy bajo nivel de motivación ()

5. ¿Cada cuánto tiempo recibes actualización respecto a temas de gestión del talento humano?

- a. Anualmente se actualiza ()

- b. Semestralmente se actualiza ()
- c. Bimestralmente se actualiza ()
- d. No se actualiza ()

6. ¿Consideras que conoces y desarrollas estrategias de gestión del talento humano en tu empresa?

- a. Tiene un muy alto nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento ()
- b. Tiene un alto nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento ()
- c. Tiene un nivel regular de desarrollo de estrategias de gestión del talento ()
- d. Tiene un bajo nivel de desarrollo de estrategias de gestión del talento ()

II.- Conocimiento

7. En los últimos 12 meses ¿Usted ha organizado o ha promovido acciones para el desarrollo turístico en nuestra provincia de Huánuco?

- a. He organizado o promovido muchas acciones para el desarrollo del turismo ()
- b. He organizado o promovido pocas acciones para el desarrollo del turismo ()
- c. He organizado o promovido alguna acción para el desarrollo del turismo ()
- d. No he organizado ni he promovido acciones para el desarrollo del turismo ()

8. En los últimos 12 meses ¿Usted ha aplicado programas de innovación para un mejor servicio turístico?

- a. He aplicado muchos programas de innovación para un mejor servicio turístico. ()
- b. He aplicado algunos programas de innovación para un mejor servicio turístico. ()
- c. He aplicado pocos programas de innovación para un mejor servicio turístico ()
- d. No he aplicado ningún programa de innovación para un mejor servicio turístico. ()

9. En los últimos 12 meses ¿Usted se ha capacitado en gestión del talento humano a través de talleres, seminarios, congresos o conferencias?

- a. Se capacitó en muchas conferencias ()
- b. Se capacitó en pocas conferencias ()
- c. Se capacitó sólo en una conferencia ()
- d. No se capacitó en conferencias. ()

III.- Habilidades

10. En los últimos 12 meses ¿Usted que parte de su presupuesto utilizó para desarrollar habilidades en sus trabajadores de su empresa?

- a. Utilizó más del 20% de su presupuesto ()
- b. Utilizó el 10% de su presupuesto ()
- c. Utilizó sólo el 5% de su presupuesto ()

d. No consideró presupuesto alguno ()

11. En los últimos 12 meses ¿Usted dentro de su plan operativo ha considerado acciones de responsabilidad social?

a. Si considera más de tres acciones ()

b. Si considera más de dos acciones ()

c. Sólo considera una acción ()

d. No ha considerado ninguna acción ()

IV.- Conciencia y cultura turística

12. En los últimos 12 meses ¿Usted en cuantas ocasiones ha propiciado reuniones de confraternidad para sus trabajadores?

a. Lo realiza de manera permanente ()

b. Lo realiza de manera ocasional ()

c. Lo realiza sólo una vez ()

d. No lo considera necesario realizarla ()

13. En los últimos 12 meses ¿Usted es miembro o participa de alguna asociación u organización que promueve el desarrollo del turismo de la provincia de Huánuco?

a. Sí participo en alguna de ellas ()

b. No participo en ninguna de ellas ()

c. No pertenezco pero pienso pertenecer ()

d. No considero necesario pertenecer o participar en ello ()

14. En orden de importancia ¿Cuál de las siguientes costumbres locales se constituyen un elemento potencializador del desarrollo turístico en nuestra provincia de Huánuco?

a. Negritos de Huánuco ()

b. Festividad del Señor de Burgos ()

c. Carnaval huanuqueño ()

d. Semana Santa ()

Gracias.

GUIA DE ENTREVISTA

(Anexo N° 03)

Título “Gestión del talento humano y el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015”.

Entrevistado: _____

Entrevistadora: Lic. Magaly Haydée CARBAJAL ALVAREZ.

Lugar y fecha: _____, ____ / ____ / _____

Preguntas:

1. A su experiencia ¿Cuál es la relación que existe entre la capacitación con el desarrollo del turismo?
.....
.....
.....
.....
2. A su experiencia ¿Qué propuestas de gestión del talento humano se debe de establecer para mejorar el desarrollo del turismo en nuestra provincia de Huánuco?
.....
.....
.....
.....
3. A su consideración ¿Cuántos hoteles/hostales o restaurantes, formales del rubro turístico existirán en la provincia de Huánuco en el presente año?
.....
.....
.....
.....
4. A su consideración ¿Cuántas agencias de viajes y tours operadores turísticos, existirán en la provincia de Huánuco en el presente año?
.....
.....
.....
.....
5. Considera usted ¿Que la infraestructura turística de nuestra provincia de Huánuco se encuentra preparada para la recepción regular de turistas?
.....
.....
.....
.....
6. Considera usted ¿Qué se encuentran los operadores turísticos debidamente capacitados en información y recepción de visitantes?
.....
.....
.....
.....

Aporte personal:

Gracias

REFERENCIA DE FOTOS (Anexo N^o 04)



Investigadora aplicando guía de entrevista a un experto turístico
DIRCETUR



Investigadora aplicando ficha de encuesta a un operador
turístico.



Investigadora aplicando guía de entrevista a un experto turístico de la Facultad de Ciencias Empresariales-UDH.