



UNIVERSIDAD DE ORIENTE

NÚCLEO SUCRE – EXTENSIÓN CARÚPANO

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

El Conocimiento en Proyectos Turísticos Endógenos de los Egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera” en Periodo 2015 – 2016.

Autores:

Alcalá, Emilhluis. C.I:21010375

Rodríguez, Raisabel. C.I: 19707926

Tutor Académico:

Sociólogo: Tovar. Alvaro.

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar por al Título de LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA.

Carúpano; Octubre / 2016

HOJA APROBATORIA

Firma del Tutor

Lic. Tovar, Albaro.

Firma del Jurado

Lda. Marcano, Isbeida.

Firma del Jurado

Lic. Lara, Miguel.

Este trabajo fue evaluado con la categoría de:

Aprobada

Con Mención Publicación

Carúpano; 28 de octubre 2016.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

A Dios, por darme la fuerza e intensidad de las palabras para llevar este trabajo de grado a término, para alumbrar mi mente y por haber puesto en mi camino a todas las personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mis Padres, Ayarith Figueroa y Emilio Alcalá, por darme la vida, querer mi éxito, creer en mí y apoyarme. Por su paciencia y comprensión, mil gracias.

Mi abuela y columna de mi vida Felipa García, por quererme y apoyarme siempre, te debo todo y más.

Mi hermana, Emilhianyelis Alcalá, por ser la persona más especial que conozco, aunque no lo veas, estas en mi presente; en todo mi proyecto de vida.

Todos mis amigos, Marielis Miro, Carlos Macuaran, Carlos García, Jesús Hernández, Jesús Urquiola, Flor Subillaga, a mi novia Raisabel Rodríguez, por compartir los buenos y malos momentos, unas pocas líneas no son suficientes para nombrarlos a todos.

Emilh Luis Alcalá.

AGRADECIMIENTO

Me es grato agradecer a las siguientes personas:

Al excelentísimo cuerpo de docentes del departamento de Sociología de la Universidad de Oriente Núcleo de Sucre extensión Carúpano ser de gran apoyo moral, ético y académico desde que ingrese como estudiante a esta casa de estudios hasta la culminación de este trabajo. Por tal motivo mis más sinceros agradecimiento a los profesores Albaro Tovar David Alcalá, Raúl González, Jesús Urquiola, Juan Caraballo, Rosiris La Rosa, Isbeida Marcano, Mary García, Martha Gutt, Miguel Lara, por su paciencia y consejos oportunos para que se pudiera realizar esta investigación.

Emilhuis Alcalá.

DEDICATORIA

La atemporalidad de las palabras de Teresa de Calcuta (1990) que dicen: “A veces sentimos que lo que hacemos es tan solo una gota en el mar, pero el mar sería menos si le faltara una gota”, me lleva a recordar la dedicación por parte de todos los que estuvieron en el proceso de realización de este trabajo de grado, que sin ellos; faltarán muchas gota en el mar.

A mis padres Ysabel Hernández y Jesús Rodríguez, que representan mucho a lo largo de mi vida, que intervinieron en el principio de educación y también para que realizara una elección para la realización de un proyecto académico, que ha sido llevado a cabo con paciencia y sacrificio.

A mi abuela materna, Felicidad Ugas, por su ejemplo ético y espiritual, que hizo un acompañamiento en cada uno de los procesos académicos en la corta historia de mi vida, por su comprensión y escucha; que han sido fundamentales en momentos donde el juego de la vida se hace taciturno. A mis sobrinos; que se resumen en una palabra: “aprendizaje”, tres Ángeles que son la referencia presentes en mi vida, por impulsarme a ser cada día mejor, les dedico el amor filial más tierno, los amo; Angie, Angelo y Angeline.

Finalmente a la persona que me acompaña en el camino, Emilhluis Alcalá, mi casi colega, caballero amigo que conquista a mi lado los más intrincados desafíos, quien me confía plenamente un presente lleno de infinitas oportunidades, con el que asaltar el cielo es un hecho.

Raisabel Rodríguez.

AGRADECIMIENTO

Como conseguir el éxito en las palabras de Albert Einstein: "Cómo conseguir el éxito: A (éxito) = X (trabajo) + Y (juego) + P (mantener la boca cerrada)." Esta fue la fórmula concreta para mantener continuidad en el trabajo de grado y aun así debo decir como mi amigo utópico; F. Bacon.: "No hay soledad más triste que la de un hombre sin amigos, sin los cuales el mundo es un desierto: quien sea incapaz de sentir amistad, tiene más de bestia que de hombre."

Lo dicho anteriormente carece de fuerza si excluyera el agradecimiento profundo a la Fuerza Universal Padre Celestial, como es de bien nacidos ser agradecido; quiero hacer mención de las personas que ayudaron en que todo fuera posible:

A nuestro excelentísimos profesores, nuestro amigo y tutor Albaro Tovar y a David Alcalá, Raúl González, Miguel Lara, Jesús Urquiola, Juan Caraballo, Rosiris La Rosa, Isbeida Marcano, Mary García, Martha Gutt, que con duros esfuerzos nos dejaron en sus clases experiencias ejemplares y anécdotas maravillosas.

Agradecimientos especiales, para mi familia; mi hermano Jeslin Rodríguez, mi madre Ysabel Hernández, a mi padre Jesús Rodríguez, mi abuela Felicidad Ugas y a mis tres Ángeles, por su comprensión y esperanzas puestas en mi persona.

A mis exclusivos y valientes amigos, Belkys Rivas, Luis Salazar, Emilio Alcalá, Flor Subillaga, Carlos García (el gordo), Oscar Uzcátegui, Emilhianyelis Alcalá, Felipa García, Ines Alcalá, Beatriz García y al M. Samael A.W. que siempre están apoyándome en buenas decisiones. Gracias totales de corazón a todos.

Raisabel Rodríguez.

LISTA DE GRÁFICO

- 1) Distribución absoluta y porcentual referente al elemento que integraría su gestión en la dirección de un proyecto turístico.
- 2) referente a la figura organizativa que escogería para el buen desempeño de su profesión.
- 3) Distribución absoluta y porcentual referente al tipo de turismo que se desarrolla en la región Pariana.
- 4) Distribución absoluta y porcentual referente al desarrollo turístico de Paria, en cual tipo de hospedaje es conveniente invertir.
- 5) Distribución absoluta y porcentual referente al factor que constituyen las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.
- 6) Distribución absoluta y porcentual referente a los atractivo al turista para el desarrollo del mercado local.
- 7) Distribución absoluta y porcentual referente al idioma que debe manejar el egresado del Programa Nacional de Formación en Turismo, para el desarrollo del mercado local.
- 8) Distribución absoluta y porcentual referente a origen continental de los turistas que visitan la región Pariana.
- 9) Distribución absoluta y porcentual referente la moneda de mayor relevancia para el desarrollo del mercado local.
- 10) Distribución absoluta y porcentual referente al factor cultural que hace atractiva la región Pariana al turista para el desarrollo del mercado local.
- 11) Distribución absoluta y porcentual referente al escenario que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de las actividades turísticas.

- 12) Distribución absoluta y porcentual referente al factor en el entorno social, que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.
- 13) Distribución absoluta y porcentual referente a factor político que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.
- 14) Distribución absoluta y porcentual referente al escenario político que considera usted más idóneo para la ejecución de planes, programas y proyectos en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.
- 15) Distribución absoluta y porcentual referente al elemento ambiental propicio para la inversión del desarrollo turístico de Paria.



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO SUCRE – EXTENSIÓN CARÚPANO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

El Conocimiento en Proyectos Turísticos Endógenos de los Egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera” en Periodo 2015 – 2016.

Tutor Académico:

Sociólogo; Tovar, Albaro.

Autores:

Alcalá, Emilhluis.

Rodríguez, Raisabel.

RESUMEN

El desarrollo endógeno se entiende como el modelo de desarrollo que busca potenciar las capacidades internas de una región o comunidad local; en la búsqueda de fortalecer la sociedad y su economía de adentro hacia afuera, para que sea sustentable y sostenible en el tiempo. Es importante señalar que en el desarrollo endógeno el aspecto económico es importante, pero no lo es más que el desarrollo integral del colectivo y del individuo: en el ámbito moral, cultural, social, político, y tecnológico. El desarrollo endógeno ha sido una consigna permanente de la actual gestión gubernamental, priorizando en su política educativa, orientado a la formación profesionales con la capacidad de formulación, gestión y evaluación de proyectos de carácter endógeno en sus Programas Nacionales de Formación. El punto central de este trabajo es **Determinar el Conocimiento en Proyectos Turísticos Endógenos de los Egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera” en Periodo 2015 – 2016.** Entendiendo que el resultado de la formación está en sus egresados, de esta forma se podrá determinar la capacidad desarrollar sectores priorizados como es el turismo en la búsqueda del Estado como rector de una sociedad de economía mixta, que promoverá un nuevo modelo de desarrollo económico y social, endógeno e incluyente.

Descriptor: Desarrollo Endógeno, Programa Nacional de Formación en turismo.

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno de carácter socioeconómico, que consiste en el pernotaje de una o más personas a un lugar fuera del sitio habitual en un tiempo no menos de un día, por su parte los documentos básicos de la Organización Mundial del Turismo (2016) [Documentación En línea] dice que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Conociendo entonces lo que es el turismo se hace necesario afirmar que estará determinado por algunos motivos, es decir; que puede ser turismo por ocio y recreación o turismo por negocios y profesión. Cabe resaltar que en Venezuela la mayor movilidad de turistas ocurre por ocio y recreación. El turismo puede ser tomado como un elemento de desarrollo económico, social y cultural:

- El desarrollo económico va a estar influenciando el lugar donde se dirige el turista porque esto trae consigo la movilidad económica y la entrada de divisas, esto genera empleo. Por lo tanto el turismo afecta a otros sectores de la economía, para redistribuidos dichos ingresos.
- En lo social; la población receptora será el transmisor de un conjunto de elementos simbólicos que va determinar su identidad, por lo tanto esto genera formas de organización en cuanto a la acogida de turistas.
- En lo cultural; va estar generando un conjunto de políticas ya sean públicas o privadas para mantener su patrimonio histórico-cultural.

El turismo desde la perspectiva sociológica estará ligado al ocio como proceso productivo entendiendo la visión del tiempo liberado como lo conceptualiza Dumazedier, J. (1962: Pág. 133): “El ocio es el tiempo liberado por el tiempo productivo, bajo la acción conjugada del proceso técnico y las fuerzas sociales, en beneficio de una actividad improductiva del hombre, durante o después del periodo de producción”.

Por otra parte desde la perspectiva de la producción encontramos sociedades donde el turismo es una fuente importante para generar ingresos y se refleja de manera porcentual en el Producto Interno Bruto. En este orden de ideas es necesario resaltar que el estado juega un papel fundamental en el crecimiento de implementación de políticas en la creación de infraestructuras que permiten desarrollar elementos funcionales que están relacionados para proveer bienes y servicios tales como hoteles, restaurantes, transportes, guías turísticos, entre otros. Por tal razón el estado Venezolano a través de sus políticas educativas crea el Programa Nacional de Formación en Turismo, en busca de promover la formación y capacitación de un profesional en turismo para desarrollar este sector.

Claro está; que este programa tiene implicaciones de carácter pedagógico, la formación del profesional en turismo, corresponde a la innovación de un sistema pedagógico humanista, en base a una ética de la cooperación comunidad – futuro profesional en turismo, para su avance en la capacitación epistémica de la realidad del turismo.

En esta investigación se pretende determinar el conocimiento en proyectos turísticos endógenos de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo, donde los elementos cualitativos nos permiten realizar la interpretación de la realidad en que se encuentran aquellos aspectos socioculturales que confluyen en el

oficio pedagógico del turismo como fenómeno social multisectorial, influenciado por la sociedad del ocio que forma parte de los procesos civilizatorios modernos.

La estructura de este trabajo de grado está plasmada de la siguiente manera:

CAPÍTULO I: Se encuentra el problema, sus objetivos y la justificación de la investigación, estos ítems están relacionados entre sí, para lograr la comprensión y la delimitación del trabajo de grado.

CAPÍTULO II: Está comprendido por el marco teórico, el cual contiene los antecedentes del estudio tanto nacionales como internacionales, las bases teóricas, bases legales y otros aspectos que permiten fundamentar teóricamente el abordaje de la situación y objeto de estudio.

CAPÍTULO III: Hace mención al marco metodológico, en donde se especifica los aspectos de investigación tales como: El tipo de diseño, población, unidad de análisis, fuentes de información, técnicas e instrumentos para la recolección de datos y procesamiento y análisis de los mismos, confiabilidad y validez de los instrumentos, procesos sistemáticos que se utilizaron para comprender el objeto de estudio

CAPÍTULO IV: Muestra el análisis de los resultados donde se pudieron conocer la percepción y apreciación de los beneficiarios académicos del Programa Nacional de Formación en Turismo y el abordaje teórico de los resultados hechos por los autores.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El Problema.

Es un hecho común creer que en el siglo XXI que el desarrollo de las comunidades rurales y urbanas es fuertemente influenciada por su potencial turístico, sin embargo, este fenómeno surge en relación a los mitos planteados alrededor de las posibles funciones estructurales en la que el turismo puede impactar el desarrollo económico, cultural y ambiental. Estos mitos surgen por medio del posible desarrollo ocupacional e infraestructural que plantea el pernotaje, trayendo consigo el consumo de bienes y servicios, tales como los: Gastronómicos, artesanales y tecnológicos, en fin; todos los factores de producción cultural que integran una región o país.

Sin embargo el escenario ideal o que posiblemente sea beneficioso para el turismo esencialmente en su carácter cultural; para que este se convierta en capital simbólico que involucre el intercambio de saberes que modifiquen o complementen la idiosincrasia del nativo y del turista, contrariamente se acostumbra a pensar que las regiones son más atractivas a los turistas por las providencias naturales (ventajas comparativas) como montañas, bosques, ríos y playas, esta creencia es cierta hasta el momento que se observan áreas de gran potencial natural turístico, pero cuando no se encuentra en sus habitantes la cultura organizacional para desarrollar el turismo y el capital humano profesional no es desarrollado, no hay garantías de que se maximice y se aproveche el potencial que debe haber al conformar ambos elementos mencionados (ventajas competitivas).

No obstante de estas apreciaciones lo más preocupante son los mitos propios de la modernidad sobre el concepto de desarrollo o la idea de progreso donde se cree que el turismo sin aplicar valor agregado (capacitación y cultura organizacional en la población nativa de un área determinada; el turismo) es la solución de los problemas económicos, al contrario las experiencias han demostrado que no han sido tan generosas, en este sentido Gastón, J. y Cañada, E. (2007: Pág.16), en su obra mitos del turismo:

El turismo puede contribuir al desarrollo de una región o generar impactos altamente negativos; Pero históricamente, ha tendido a provocar más problemas que soluciones, y especialmente entre los sectores de la población más vulnerable y en los ecosistemas. El turismo se considera un gran generador de mitos del desarrollo que describen el crecimiento ocupacional, infraestructural, cultural y ambiental. Inicialmente buena parte de la ocupación que crea el turismo se caracteriza por los salarios bajos, la abundancia de contratos temporales. En el caso de las Infraestructuras locales que el turismo construye se hacen según las prioridades de los empresarios y no de acuerdo a las necesidades locales. Otro elemento, es que se cree que el turismo ayuda al intercambio de conocimiento entre culturas de diferentes países favoreciendo con mayor proyección la del país anfitrión, la realidad es que los turistas tienen ideas preconcebidas de las costumbres y de las personas del país que van a visitar; por último, los núcleos turísticos de masas generan enormes cantidades de daños ambientales. Por ejemplo, en las zonas de costa, el ecosistema de playa se pierde en favor de una determinada concepción estética de playa recreativa, a menudo en el aseo de las playas se remueven la arena con frecuencia, lo que impide el crecimiento de la vegetación destruyendo los manglares.

En relación a lo expresado por Gastón, J. y Cañada, E. se puede apreciar que el turismo como motor de desarrollo para un país puede ser benéfico o perjudicial según los efectos que este suele ocasionar en las variables culturales, ambientales, sociales, económicas y políticas, aun cuando el sector servicio este desarrollado.

Sujeto a esta interpretación, el turismo puede ser visto como un fenómeno social.

Al respecto, la documentación básica de la Organización Mundial del Turismo (2016) [Documentación en línea] define:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Una vez entendido el turismo como fenómeno socioeconómico, es pertinente que los estados-naciones optimicen la actividad turística haciéndose de un capital humano competente, que permita la competitividad y el aprovechamiento de las condiciones geográficas en regiones rurales, costeras y urbanas para brindar la atención de confort que amerita el turista.

Según la documentación básica de la Organización Mundial del Turismo (2016) [Documentación en línea]:

España invierte más de 5.000 millones de euros en actividades para la formación de profesionales en el área turística, por ello se ha convertido en un referente mundial en la recepción de turista con un promedio de 60,6 millones de visitas anuales. Otro país emblemático en esta materia es China, con una inversión de 4,350 millones de dólares, permitiendo así que reciba 55,5 millones de visitantes anuales.

Con la antes expuestos queda claro que los elementos esenciales de competitividad en turismo destaca por su importancia en los activos intangibles y en especial el factor del capital humano, ya que la efectividad de este servicio estará ligado a la calidad del producto turístico. Dado que el capital humano se constituye como un factor estratégico de competitividad en este sector.

En este mismo orden de idea encontramos que la revista espacio; sobre el análisis de marketing de turismo internacional, escrito por Arturo, J. Moreno, A. (2014: Pág. 8) afirman:

Latino América en la actualidad está siendo un destino atractivo para la recepción de turistas europeos y asiáticos. Por tal razón existen países como México que invierte en la formación y capacitación de profesionales cualificados en esta área, impartiendo en 246 universidades relacionadas con hotelería y turismo en sus 31 estados y el distrito federal. Han aumentado su riqueza generando ingresos superiores a 5.000 millones de dólares, gracias a la renta que genera la actividad turística debido a que constituye una de las principales fuentes de ingresos económicos; encuentra en el segundo lugar en la escala americana de la llegada de turistas, como también es el décimo tercer lugar a nivel mundial en términos de llegadas de turistas internacionales, con 23,7 millones de visitantes en 2014 aportando este 8.5% al Producto Interno Bruto de esta nación.

Con la antes expuestos queda claro que los elementos esenciales de competitividad en turismo destacan por su importancia en los activos intangibles y en especial el factor del capital humano, ya que la efectividad de este servicio estará ligado a la calidad del producto turístico. Dado que el capital humano se constituye como un factor estratégico de competitividad en este sector.

Seguidamente, no es menos importante evidenciar que los países potencian el turismo no solo en la inversión de la profesionalización del personal, sino que también hacen inversiones en cuanto a sistemas de transporte, infraestructura, vialidad, seguridad, publicidad, entre otros; variables fundamentales para la captación de turistas.

Al respecto se hace necesario señalar que en la conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo (2013) [Documentación en línea]:

El turismo debe contribuir al crecimiento económico y al desarrollo sostenible por ello se hace necesario una existencia correlativa entre la inversión educativa en materia turística y la captación de turistas. Por tal motivo, los países que más invierten en desarrollar su capital humano son más competitivos y atractivos para los turistas.

Sin embargo los países que hacen poca inversión en la profesionalización tienen menor resultado en cuanto a la recepción de turistas; como muestra el análisis de marketing de turismo internacional, escrito por Arturo, J. Moreno, A. (2014: Pág. 9):

Tal es el caso de Puerto Rico y Perú con una inversión menor a los 50 millones de dólares en la capacitación de profesionales en turismo, recibiendo al año un promedio de 4 millones de visitantes. De la misma manera esta Venezuela cuenta tan solo con 43 universidades donde se imparte carreras relacionadas al turismo y hotelería.

Cabe señalar que Venezuela posee una favorable posición geográfica, así como también variedades en su paisaje tropical, en la flora y fauna, como también las riquezas étnicas y manifestaciones artísticas, Informe del Ministerio para el Poder Popular para el Turismo (2015) [Documentación en línea]:

Todos estos elementos permiten disfrutar de cada región (especialmente las playas), no obstante en las últimas décadas, se ha venido desarrollando la actividad turística. Cabe resaltar que para Venezuela: “En el 2014 este país conto con 800 mil visitantes, aportado 4% al Producto Interno Bruto, Venezuela pretende para el 2020 que el sector turístico aporte 7% del Producto Interno Bruto”.

Por otra parte, en cuanto a formación profesional en turismo según la información registrada por la Oficina de Planificación del Sector Universitario (2013) [Documentación en línea]:

La totalidad de instituciones universitarias a nivel superior que administran la carrera de turismo y hotelería (en sus distintas modalidades) en Venezuela, son cuarenta y tres (43) ; de las cuales once (11), son del sector público pertenecientes al Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria; uno (01) es colegio universitario perteneciente al Ministerio del Poder Popular para el Turismo (colegio universitario hotel escuela de los Andes Venezolano); cinco (05) universidades oficiales; tres (03) universidades privadas y veinticuatro (24) institutos universitarios privados.

Se observa variedad de modalidad de técnicos superior y licenciados universitarios en las áreas de turismo y hotelería provocando una inexactitud de distinción en el mercado laboral, pues los conocimiento adquiridos son diversos, habiendo un declive en la productividad del turismo, porque no se profundiza en la complejidad que hay entre el conocimiento del área de alojamiento y el área turística como actividad social.

Según el Ministerio de Educación Universitaria en su proyecto de Programa Nacional de Formación en Turismo (2014: Pág. 35) afirma: “Estos perfiles no responden a la nueva realidad social y al nuevo modelo sociopolítico del país que se

construye, existiendo una desvinculación con los programas de desarrollo económico y social previstos por el estado venezolano”.

Es por ello el Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria en acuerdo el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, deciden crear el Programa Nacional de Formación para el Turismo la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39721 (2011: Pág. 7) dice:

El Programa Nacional de Formación en Turismo (PNFT) constituye una propuesta curricular cuya misión es formar, actualizar, perfeccionar y capacitar a profesionales capaces de satisfacer las demandas locales y regionales de profesionales del área turística. De tal manera, que logre brindar un servicio turístico integral de calidad a los visitantes y turistas tanto nacionales como internacionales (...) para ser impartido en once universidades del país (Universidad politécnica Territorial Andrés Eloy Blanco, Universidad politécnica Territorial Klever Ramírez, Instituto Universitario Tecnología Pedagógico Puerto Cabello, Instituto Universitario Tecnología José Antonio Anzoátegui, Colegio de Caracas, Universidad Politécnica Territorial de Barlovento Argelia Laya, Colegio Universitario José Lorenzo Pérez Rodríguez, Instituto Universitario Tecnología de Trujillo, Instituto Universitario Tecnología Delfín Mendoza, Universidad Nacional Experimental del Yaracuy y La Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”), con la finalidad de formar profesionalmente un capital humano para la actividad turista actuando en las áreas de alojamiento, transporte turístico, en empresas de logística (alimentos y bebidas), guía turísticos y gestión turística.

Dentro de los estados donde se imparten El Programa Nacional de Formación en Turismos, se encuentra el estado Sucre que cuenta con atractivos turísticos dado a que posee una amplia zona costera y zona de montaña, por otra parte se hace necesario decir que esta zona cuenta con tres parques nacionales, los cuales son: Península de Paria, Turuépano y Mochima, esta entidad favorece la actividad turística de ocio y recreación.

La Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”, institución que ha egresado potencialmente cuarenta (40) licenciados en turismo y espera engrasar cien (100) más para el transcurso de este año; por esta razón y las justificaciones anteriores se hace necesario la siguiente investigación:

El Conocimiento en Proyectos Turísticos Endógenos de los Egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera” en Periodo 2015 – 2016.

1.2 Objetivos:

1.2.1 General:

Determinar el Conocimiento en Proyectos Turísticos Endógenos del Programa Nacional de Formación en Turismo de los Egresados de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera” en Periodo 2015 – 2016.

1.2.2 Específicos:

- Identificar el dominio en el área de diseño de proyectos turísticos endógenos de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo.
- Señalar el manejo de herramientas de planificación estratégica en proyectos turísticos endógenos de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo.

- Indicar el grado de observación de los egresados del Programa Nacional de Formación de escenarios potenciales para la inversión Turística en el desarrollo de proyectos turísticos endógenos.

1.3 Justificación:

El turismo constituye uno de los motores de desarrollo económico, político y social de los países desarrollados; por ello, este fenómeno puede ser abordado sociológicamente en sus distintas dimensiones. Pero a efecto la presente investigación se hace necesario abordarlo desde una perspectiva turística; el ocio y recreación como variable fundamental para el desarrollo técnico-científico de la investigación.

La presente investigación está motivada por la inquietud de conocer el turismo como fenómeno social, que es capaz de influenciar sectores sociales, económicos, políticos, culturales y medio ambientales. Como producto de esta visión; las ciencias sociales y en especial la sociología se han encargado de interpretar las múltiples dimensiones del turismo, claro está, haciendo énfasis en el ocio, la recreación y el tiempo libre como factores que promueven la industria turística; así como también, se pretenden estudiar profundamente el Programa Nacional de Formación en Turismo, para y por la creación de profesionales en dicha área, que cumpla con su perfil; con solvencia moral, con una formación científica, humanística y tecnológica capaz de crear, gestionar y organizar empresas turísticas, conducir grupos de turistas, proponer planes de desarrollo turístico, ejecutar acciones de investigación a nivel local, regional, nacional e internacional, en busca de desarrollo turístico; que no es más que la provisión y mejoramiento de las instalaciones, al igual que servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista.

A groso modo puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos, que se encargue de administrar los recursos culturales descritos en la historia de la territorialidad de Paria con repercusiones en el desarrollo del turismo en el País.

Los resultados de esta investigación están dirigidos a enriquecer el material bibliográfico de la Universidad de Oriente, en la comunidad en general y también en el mejoramiento pedagógico de los estudiantes y egresados de Programa Nacional de Formación en Turismo; respecto a los conocimientos en cuanto turismo y formación de profesional de turismo, por la importancia que requiere este fenómeno social como elemento de desarrollo socioeconómico de la región Pariana.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedente de la investigación.

Evidentemente encontramos estudios poco relevantes de carácter científico social; como también sobre la sociología del turismo con un nivel académico, que desarrollen integralmente los Programas de Formación Nacional específicamente de los profesionales en turismo en zonas turísticas importantes de Venezuela. Es necesario por ello observar los siguientes antecedentes que sirven de referencia para comprender los alcances de esta investigación.

2.2 Antecedentes Internacionales y Nacionales.

2.2.1 Internacionales.

Granados, M. (2013), **en su trabajo de investigación titulado:** Desarrollo de las competencias laborales y formación de los profesionales en turismo, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Costa Rica - año 2013.

Sus objetivos fueron: (a) General: Determinar la relación entre el desarrollo de las competencias laborales y la formación de los profesionales en Turismo, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en el año 2013. **(b) Específicos: 1.** Conocer la relación entre el desarrollo de las competencias básicas y la formación en competencias cognoscitivas del perfil de los profesionales en Turismo. **2.** Describir el proceso de relación entre el desarrollo de las competencias básicas y la formación en competencias de habilidades y destrezas del perfil de los profesionales en Turismo. **3.** Analizar el desarrollo de las competencias genéricas y la formación en competencias cognoscitivas del perfil de los profesionales en turismo.

Su metodología de investigación está desarrollada bajo el siguiente esquema, investigación ex post facto, este trabajo es de tipo descriptivo, el diseño de la investigación es co-relacional.

Sus conclusiones, son basadas en la demostración de la correlación entre la formación cognitiva, académica y laboral para formar un profesional en turismo. Concibiendo las siguientes conclusiones: La investigación demostró que hay capacidades y habilidades genéricas que conforman el perfil del profesional en turismo significativo y positivo.

Sus recomendaciones se centran en desarrollar las siguientes sugerencias: Estas implican el desarrollar la universalidad del conocimiento sobre el turismo al estudiante que se está formando en tiempos modernos y acelerados, considerando la posible autonomía de generar proyectos interesantes para los estudiantes para que amplíen sus capacidades y habilidades para el desarrollo de sus destrezas en el área práctica y laboral del turismo.

Durán, R. (2011), **en su trabajo de investigación titulado:** Estudio sobre la valoración de cómo ha sido el proceso de formación del profesorado en la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Málaga y la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México.

Sus objetivos fueron: (a) **General:** Estudio, análisis y valoración de cómo ha sido el proceso de formación del profesorado en la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Málaga y la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México. (b) **Específicos:** **1.** Conocer las necesidades de formación existentes facilitando el conocimiento de instrumentos útiles para la toma de decisiones en el contexto actual del turismo. **2.** Describir el proceso formativo básico de carácter superior que permita la especialización técnica y de gestión directiva de empresas e instituciones turísticas. **3.** Categorizar aspectos esenciales para el desarrollo de ventajas competitivas con relación a productos y destinos

Su metodología de investigación está desarrollada bajo el esquema de investigación cualitativa a través del estudio de casos, la dimensión de la investigación es holística y el diseño de investigación es empírico.

Sus conclusiones, son basadas en el análisis de cómo el proceso de formación profesional en turismo debe evaluarse, prestando atención a las escuelas y universidades para que se implementen programas de formación vigentes y gestionar formación docente capacitada.

Sus recomendaciones se concentraron en crear un currículo de carácter vigente y pedagógico en consideración de un diseño holístico que aborde la administración y el servicio del turismo. Con docentes capacitados en todas las áreas que competen al desarrollo del profesional en turismo.

2.2.2 Nacionales.

Hernández, B. (2010) **en su trabajo de investigación titulado:** Formación universitaria de turismo en el estado Bolívar.

Sus objetivos fueron: (a) **General:** Comprender las visiones y significados editados por los docentes, empresarios, representantes de instituciones gubernamentales y gremios del sector turístico acerca de la formación universitaria en turismo ofertada por las instituciones de educación superior del estado Bolívar. (b) **Específicos:** **1.** Implementar las visiones y significados que le otorgan los docentes, empresarios, representantes de instituciones gubernamentales y gremios del sector turístico de la formación que reciben los estudiantes en el estado Bolívar. **2.** Interpretar las competencias cognoscitivas en el contexto de la formación que reciben los profesionales de turismo en el estado Bolívar.

Su metodología de investigación está desarrollada bajo el esquema de investigación cualitativa, el nivel de investigación ontológica, epistemológica y hermenéutica.

Sus conclusiones se basaron en indagar sobre los elementos que conforman la formación de profesionales en turismo, haciendo énfasis en la garantía y el seguimiento que se tiene de los planes de estudio de técnico superior universitario en turismo, como también en la diferencia y la especialización del licenciado en turismo.

Sus recomendaciones se encontraron en desarrollar sugerencias para formar un consejo nacional para la calidad de la educación del profesional en turismo, la capacitación de docentes en el área del turismo y formar parte del Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística C.A (CONAET).

Gómez, V. (2009) **en su trabajo de investigación titulado:** Desempeño laboral del licenciado en turismo de la universidad de oriente, según la opinión del sector empresarial turístico privado de la isla de Margarita, estado Nueva Esparta.

Sus objetivos fueron: **1.** Caracterizar las competencias profesionales de los licenciados en turismo presentes en el perfil de la carrera. **2.** la opinión de los representantes del sector empresarial turístico privado con respecto a los egresados de la licenciatura en turismo, en cuanto a su formación técnica y a sus habilidades personales. **3.** Analizar la relación que existe entre las competencias profesionales de los egresados de la licenciatura en turismo, expresadas por los representantes del sector empresarial turístico privado, con respecto al perfil del egresado de la licenciatura en turismo de la Universidad de Oriente. **4.** Establecer alternativas de mejoramiento a la situación planteada.

Su metodología de investigación está desarrollada bajo el esquema cuali-cuantitativa, la investigación es de carácter descriptivo de tipo de campo.

Sus conclusiones, se basaron en señalar las opiniones que son expresadas por las empresas que contrataran a los licenciados en turismo, haciendo énfasis en el amplio conocimiento que debería tener el licenciado en turismo en materia de recursos humanos, finanzas, análisis de mercado; como lo son la oferta y la demanda. A demás de especialización en destrezas personales como lo son manejo computarizado y de diferentes idiomas. Por lo tanto la formación de un licenciado en turismo según los

estudios de la Universidad de Oriente – Núcleo de Nueva Esparta, lo más relevante que debe formar parte de la estructura académica según lo expresado por un empresario que veremos a continuación:

En las áreas de formación básica, técnica y habilidades personales, son los idiomas y el manejo de sistemas computarizados y adiestramiento gerencial, los conocimientos prioritarios, que deben conformar la amplitud de la oferta formativa turística. El sistema de formación de recursos humanos desde el punto de vista de la oferta y la demanda, evalúa técnicamente los proyectos turísticos de la empresa, aplica técnicas de observación directa sobre el servicio turístico prestado a los usuarios, evalúa y controla las actividades operativas de los departamentos a su cargo. No diseño cursos en su empresa en ningún niveles; ni de concientización, ni brinda información para cursos de información turística, asisto a seminarios y me suscribo a revistas y actividades de reciclaje.

Este trabajo trae como recomendaciones las posibles soluciones a la deficiencia del licenciado en turismo: Que este se adecúe a las realidades del sector empleador, no solo desde el punto de vista gerencial y operativo sino también dentro de la dimensión humana de los individuos que se van formar. La revisión y actualización curricular periódica por parte del organismo encargado para tal fin (la sub-comisión curricular de la escuela de hotelería y turismo). Propiciar dentro del pensum de estudios la incorporación de seminarios y materias electivas que se refieran a la formación, adiestramiento y reciclaje, como elemento complementario, para que ellos faciliten a su vez el conocimiento del turismo. Hacer énfasis en los idiomas desde el punto de vista conversacional, así como revisar las asignaturas del área económica específicamente aquellas relacionadas con el estudio de los segmentos de mercado y así lograr realmente el carácter teórico-práctico de las asignaturas, en concordancia con la realidad laboral, es decir que se mantenga el contacto por medio de convenios con la empresa privada turística centrados en el mejoramiento de las competencias laborales de los estudiantes.

Milano, M. (2007) **en su trabajo de investigación titulado:** Aspectos ambientales, socioculturales y económicos que pueden ser incorporados en el diseño curricular de la Escuela Técnica Eco-turística Kanaimö.

Sus objetivos fueron: **1.** Describir los aspectos ambientales que, en opinión de integrantes de las comunidades indígenas de Kanaimö y Kamarata pertenecientes al Sector Occidental del Parque Nacional Canaima, es conveniente abordar en el diseño curricular para la Escuela Técnica Eco-Turística de Kanaimö. **2.** Explicar los aspectos sociales que, en opinión de integrantes de las comunidades indígenas de Kanaimö y Kamarata pertenecientes al Sector 16 Occidental del parque nacional Kanaimö, es conveniente incluir en el diseño curricular para la Escuela Técnica Eco-Turística de Kanaimö. **3.** Detallar, los aspectos culturales que, en opinión de integrantes de las comunidades indígenas de Kanaimö y Kamarata pertenecientes al Sector Occidental del parque nacional Kanaimö, es conveniente considerar en el diseño curricular para la Escuela Técnica Eco-Turística de Kanaimö. **4.** Reseñar los aspectos económicos que, en opinión de integrantes de las comunidades indígenas de Kanaimö y Kamarata pertenecientes al sector occidental del parque nacional Kanaimö, es conveniente abordar en el diseño curricular para la Escuela Técnica Eco-Turística de Kanaimö.

Su metodología de investigación está desarrollada bajo el esquema del método cualitativo, a través de la utilización del paradigma interaccionismo simbólico.

Sus conclusiones fueron basadas en surgieron cuatro categorías con sus respectivas subcategorías, de las cuales emergieron los diferentes aspectos ambientales, socioculturales y económicos que pueden ser incorporados en el diseño curricular de la Escuela Técnica Eco-Turística de Kanaimö: 1. Ambientales, relacionados con la conservación del ambiente por medio de prácticas turísticas sostenibles, que mantengan la vida estas comunidades aborígenes. 2. Sociales, la pedagogía ancestral mantenida para la integración de la comunidad es importante y relevante para mantener la integración familiar aborígen que es el atractivo turístico. 3. Cultura, la cultura ancestral han sufrido cambios culturales producto de las religiones, la educación occidental y el turismo, en este sentido la educación debe fortalecer lo

propio con un régimen intercultural bilingüe, atendiendo las particularidades socioculturales, valores y tradiciones. 4. Económicos, la formación debe ser integral en, por y para el trabajo productivo y la vida en familia y en sociedad. Se fundamenta en la necesidad de utilizar los conocimientos y las experiencias como base del aprendizaje, la investigación y la motivación interna más que la externa: ésta es la finalidad de una escuela técnica.

Su recomendaciones fueron dirigidas a solucionar los problemas que amenazan con la desintegración del atractivo turístico exploratorio y educativo que es conocer estas tribus del parque nacional Kanaimö, Se hace necesario que el equipo de trabajo en construir el diseño curricular para la Escuela Técnica Eco-Turística de Kanaimö, considere la presente investigación, que es una especie de diagnóstico donde se expresan algunos aspectos ambientales, socioculturales y económicos que se pueden incorporar en el mismo, los cuales deberán profundizar para abordarlos y trabajarlos con estas comunidades. Por lo multidisciplinario (Antropológico, psicología social, Sociológico, turismo y hotelería, conservación ambiental, educativo, administración de empresas e ingeniería agrónoma) que será el diseño curricular, se hace necesario que el equipo de trabajo, cuente con profesionales de experiencia en comunidades indígenas y diseños curriculares.

2.3 Bases Legales.

Esta investigación se fundamenta en bases legales claras y precisas, dándole una validez importante y aportes interesantes en la formación del conocimiento, las ciencias sociales y la educación nacional de acuerdo a la constitución venezolana; como también las leyes establecidas.

TÍTULO VI.

DEL SISTEMA SOCIO ECONÓMICO.

CAPÍTULO I. Del régimen socio económico y de la función del estado en la economía.

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999: Pág. 210) en el artículo 310 de este marco legal sustenta el desarrollo económico del turismo y establece que:

El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritario para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto (...) el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado velará por la creación y fortalecimiento de una industria turística nacional.

En este artículo queda claro que el turismo tiene rango constitucional y es una prioridad nacional, ya que se constituye como una de las actividades económicas que debe contribuir a la diversificación de la economía y al desarrollo sustentable, convirtiéndose así en la base fundamental para la creación, justificación y puesta en práctica del Programa Nacional de Formación en Turismo.

CAPÍTULO VI. De los derechos culturales y educativos.

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999: Pág. 105) consagra en su artículo 99:

Los valores de la cultura constituyen un bien irrenunciable del pueblo venezolano y un derecho fundamental que el Estado fomentará y garantizará, procurando las condiciones, instrumentos legales, medios y presupuestos necesarios. Se reconoce la autonomía de la administración cultural pública en los términos que establezca la ley. El Estado garantizará la protección y preservación, enriquecimiento, conservación y restauración del patrimonio cultural, tangible e intangible, y la memoria histórica de la Nación. Los bienes que constituyen el patrimonio cultural de la Nación son inalienables, imprescriptibles e inembargables. La Ley establecerá las penas y sanciones para los daños causados a estos bienes.

En este sentido el estado venezolano está en el deber de fomentar y garantizar los valores de la cultura, y el programa nacional de formación en turismo se ha creado con la finalidad de fomentar, valorar, difundir y proteger los valores culturales los cuales forman parte del patrimonio nacional, que a su vez se constituye en uno de los elementos esenciales que conforman al producto turístico como parte de los atractivos que se ofertan en nuestro país. Siendo que el turismo es una actividad que promulga, promueve, valora y protege a la cultura como parte esencial de los atractivos turísticos que se ofrecen como parte de la oferta o producto turístico.

En el artículo 102 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999: Pág.106) dicta de la siguiente manera:

La es un derecho humano y un deber social fundamental, es democrática, gratuita y obligatoria. El Estado lo asumirá como función indeclinable y de máximo interés en todos sus niveles y modalidades, y como instrumento del conocimiento científico, humanístico y tecnológico al servicio de la sociedad. La educación es un servicio público y está fundamentada en el respeto a todas las corrientes del pensamiento, con la finalidad de desarrollar el potencial creativo de cada ser humano y el pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática basada en la valoración ética del trabajo y en la participación activa, consciente y solidaria en los procesos de transformación social consustanciados con los valores de la identidad nacional, y con una visión latinoamericana y universal. El Estado, con la participación de las familias y la sociedad, promoverá el proceso de educación ciudadana de acuerdo con los principios contenidos de esta Constitución y en la ley.

Respecto por lo antes dicho se considera que siendo la educación un derecho y deber social, los conocimientos obtenidos por medio de esta investigación de tipo social colabora al servicio de la formación educativa universitaria en la profesionalización de licenciados en turismo, la misma es de interés nacional y local, como también influye en los impactos cultural y económico a través de las ciencias con la objetivo de promover y fomentar el desarrollo nacional descrito en el capítulo IV que corresponde a los derechos culturales y educativos de la nación. Atendiendo a estas consideraciones se hace necesario el conocimiento y el fomento de investigaciones de

carácter científico social que incremente los índices de desarrollo del país, con miras innovadoras y creativas para el crecimiento de una sociedad soberana en lo que respecta a las medidas tomadas para crear planes de estudios de formación de un profesional en turismo que tome en cuenta las necesidades que atañe a la región en que se desenvolverá su trabajo y la calidad de su habilidades sean desarrolladas eficientemente durante el transito universitario, basado en principios éticos y de toda índole, positivos para garantizar en funcionamiento instrumentos que desarrollen todas las áreas de interés social y nacional.

Siguiendo el mismo orden de ideas se encuentra el artículo 103 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999: Pág.106) que expresa lo siguiente:

Toda persona tiene derecho a una educación integral, de calidad, permanente, en igualdad de condiciones y oportunidades, sin más limitaciones que las derivadas de sus aptitudes, vocación y aspiraciones. La educación es obligatoria en todos sus niveles, desde el maternal hasta el nivel medio diversificado. La impartida en las instituciones del Estado es gratuita hasta el pregrado universitario. A tal fin, el Estado realizará una inversión prioritaria, de conformidad con las recomendaciones de la Organización de las Naciones Unidas. El Estado creará y sostendrá instituciones y servicios suficientemente dotados para asegurar el acceso, permanencia y culminación en el sistema educativo. La ley garantizará igual atención a las personas con necesidades especiales o con discapacidad y a quienes se encuentren privados de su libertad o carezcan de condiciones básicas para su incorporación y permanencia en el sistema educativo.

En este artículo el Programa Nacional de Formación en Turismo consigue su asidero legal ya que éste se caracteriza por brindar una educación integral de calidad, donde se busca la inclusión de todos y todas los(as) ciudadanos (as) hacia la educación en materia turística.

2.3.1 Ley Orgánica del Turismo.

TÍTULO I. De las disposiciones fundamentales.

CAPÍTULO IV. De la coordinación de la actividad turística coordinación con el órgano rector.

De la Ley Orgánica del Turismo Gaceta Oficial Extraordinaria de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.152 (2014: Pág.29) Coordinación con el órgano rector, Artículo 22, dicta que:

Los Estados, el Distrito Capital, las autoridades competentes de las dependencias federales y de los territorios federales y los Municipios, ejercen las atribuciones constitucionales y legales en materia turística, de manera coordinada, armónica y con sujeción a las directrices de la política nacional para el desarrollo sustentable y sostenible de la actividad turística, dictada por el ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo, a fin de garantizar el tratamiento integral previsto en este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica, para el beneficio de las comunidades (...) las autoridades competentes de las dependencias federales y de los territorios federales y los Municipios, antes de emitir actos administrativos normativos de efectos generales que regulen la actividad turística en su jurisdicción, deben enviar los proyectos de dichos actos al ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo, a los fines de verificar que los mismos cumplan con los lineamientos, pautas, directrices y políticas nacionales en materia de turismo. (...)

En este artículo vemos referido como el Estado a través de los Programas Nacionales de Formación en Turismo debe garantizar la promoción y capacitación del sector turístico de manera sostenible y coordinada con todos los sectores, comunidades, municipios, etc. como también que en el mismo debe realizar políticas acorde con la nación y apoyar los diferentes estudios o proyectos que se realicen en pro del mejoramiento del mercado turístico sostenible en Venezuela.

TÍTULO V. Del fomento, promoción y desarrollo sustentable de la actividad turística.

CAPÍTULO I. Del desarrollo sustentable de la actividad turística y de los proyectos turísticos. Programas de fomento para el desarrollo turístico sustentable.

La Ley Orgánica del Turismo (2014: Pág.49) Artículo 65 dice:

El ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo elabora y pone en acción programas de fomento para el desarrollo sustentable de la actividad turística, estimulando: 1. La modernización de empresas turísticas y demás formas asociativas, en cuanto a renovación de instalaciones, adquisición de nuevos equipos o actualización de sistemas, conforme a la normativa aplicable. 2. La difusión de manifestaciones culturales propias de la Nación y la protección, restauración y conservación del patrimonio cultural de la República. 3. La recuperación y preservación del patrimonio natural y de las zonas especiales para el desarrollo turístico, así como de los espacios públicos destinados al turismo, conforme con lo establecido en el Plan Estratégico Nacional de Turismo, y en coordinación con el Ministerio del Poder Popular en materia de ecosocialismo. 4. Cualquier otra actividad relativa a la oferta turística que el ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo determine. 5. El ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo debe ofrecer apoyo técnico a estos programas.

Se puede observar en el artículo expuesto; la responsabilidad de la planificación de planes, programas y proyectos de formación que promuevan el turismo sustentable, en busca por ejemplo de promover el mantenimiento y recuperación de patrimonios culturales que desarrollen el sector turístico de la nación.

2.4 Bases Teóricas.

2.4.1 Trascendencia socio-histórica del ocio como fuerza productiva en la construcción social del turismo.

En el transcurso de la historia las complejas relaciones entre el hombre, el trabajo y las organizaciones sociales han sido marcadas profundamente por el fenómeno industrial y post industria, este fenómeno se debe el avance científico-tecnológico que ha impactado las fuerzas productivas trayendo consigo el tránsito de los sistemas de producción.

En la era industrial, la fuerza de trabajo represento un elemento básico para la economía híper-productora de bienes y servicio; no obstante esta relación implico la

masificación de la materia para satisfacer las demandas del mercado. Este fenómeno posteriormente implicó el sepulcro de los hábitos laborales que se ejercían en la era feudal, para dar paso a nuevos instrumentos de trabajo que optimizarían la fuerza de trabajo. Claro está, que este trajo consigo una mayor concentración de la población en ciudades con el fin de sustentar el consumo en masa sobre la materia. Lo controversial en este nuevo orden productivo es que la misma fuerza de trabajo se convirtió en consumidora masiva de los productos que ella contribuye a generar en las industrias.

El origen y el desarrollo de este medio de producción genera una nueva fuerza productiva que se viene a conocer como el proletario, este nuevo sujeto constituye la esencialidad de la producción y consumo de masas.

Razón que supone que el proletario debió ser el eje central de este modo de producción, sin embargo; no fue así, el empleo sobre la fuerza de trabajo semi-industrial que ejercía el proletario implicaba largas jornadas de labor; por ello los industriales concibieron la idea de generar un avance tecnológico con el fin de sustituir la mano de obra por maquinarias que logran producir con bajos costos y mayor rendimiento en la jornada. Es de esta manera como el proletario pasa a ser segundo plano en la red industrial y se da mayor énfasis a las maquinarias como fuerzas productivas, situación que implicó grandes disfuncionalidades en el área productiva, entre ellas tenemos: desempleo, pobreza extrema y desigualdad social.

Seguidamente, en este orden productivo de perfil fordista se ubicó al proletariado en espacios laborales de segundo plano, entre ellos la supervisión de áreas como: La administración, las maquinarias y la seguridad. Dada la simplificación de la fuerza productiva que esto implicaba, el obrero ve reducida su jornada laboral en un lapso de tres a cuatro horas por día; Este periodo post jornal se considera como una reivindicación de la clase trabajadora para dedicar parte de su tiempo en actividades domésticas.

Por otro lado, las industrias de patronos, propietario de los medios de producción o señores burgués; ejercían el poder desde su capital industrial y financiero ocupando a la clase trabajadora en los procesos productivos. Este panorama dejó muy claro que la burguesía osaba de mayor beneficio y tiempo libre que la clase obrera. Es de suponer que este tiempo libre era utilizado por la burguesía en actividades de ocio y recreación, pues su posición social e ingresos económicos se lo permitían.

A partir del siglo XIX, este panorámico cambio, la era industrial fue avanzando a pasos agigantados producto de la especialización en nuevos procesos productivos como los medios de comunicación, que ubicaban al hombre como fuerza productiva en el centro de las organizaciones, debido a que este es un instrumento capaz de tomar decisiones inteligentes que respondieran a las nuevas exigencias del mercado.

Por ello surgieron nuevas reivindicaciones en el área laboral que se expresan en el libro de Perroux, F. (1970: Pág. 92) la siguiente manera:

La reducción de la jornada laboral en menos de 10 horas de trabajo dada la asociación por la voluntad social, motivaciones racionales, legislación y de necesidades interesadas. Que conforma así una estructura social con igualdad y progreso sobre la base de la capacitación y especialización del proletario. Valores y éticas capitales que favorecieron a los mercados capitalistas, puesto que la familia acentúa los incentivos de trabajar, consumir e invertir. La organización gubernamental se fortaleció gracias a la ciencia e intelectuales de la época que dieron la descripción necesaria para el mejoramiento de la igualdad laboral, con promesas utópicas basadas en premisas como (más trabajas, más consumes y obtienes más felicidad), no obstante, estas políticas alienantes que configuraron un aparato ideológico y cultural para la consolidación de mercados nacionales.

Las reivindicaciones antes descritas en el área laboral promovieron mezcolanzas entre los privilegios de la clase burguesa y el proletariado obrero. Esta situación comenzó generar del ocio un producto de consumo masivo para el proceso

civilizatorio, que incide en la formación de nuevos procesos productivo híper alienante que engloban todas las clases sociales. Este fenómeno generó grandes debates en las ciencias sociales, especialmente en sociología; por ello el ocio conforma un nuevo espacio de discernimiento científico, debido a su potencial carácter transformador de los procesos productivos en materia política, económica, jurídica, religiosa y hasta ideológica. Se puede afirmar que se encuentran las ciencias sociales en presencia de un nuevo habitus social.

2.4.2 Aspectos teóricos del ocio como fuerza productiva y proceso civilizatorio en el sector turístico.

Existen diversas disciplinas que se han planteado la tarea de conceptualizar el ocio, entre las cuales tenemos: La sociología, la antropología, la psicología, la filosofía y la economía, como punto de partida para el presente trabajo de investigación nos aferraremos al discernimiento epistémico que nos ofrece la sociología del ocio.

Previo a una delimitación sociológica del ocio, se hace necesario aclarar que este deja de ser un fenómeno individual para convertirse en un fenómeno social de fuerza transformadora sobre la estructura social. Al respecto, el sociólogo Dumazedier, Joffre. (1962: Pág.133) define: “El ocio es el tiempo liberado por el tiempo productivo, bajo la acción conjugada del proceso técnico y las fuerzas sociales, en beneficio de una actividad improductiva del hombre, durante o después del periodo de producción”.

De acuerdo con Dumazedier el ocio implica el desarrollo de actividades para la recreación personal, siempre y cuando los ejecutores estén apartados de sus actividades laborales. Por ello se cree que el tiempo liberado permite la ejecución de actividades recreativas y de esparcimiento no obligatorias. Sin embargo, estas actividades se sustentan sobre la ocupación de fuerzas productivas, es decir; Cuando ejercemos la actividad turística ocupamos paquetes de servicios que contienen:

Hospedaje, nutrición, transporte, intercambio de divisas, exploración cultural y ambiental.

Así mismo, queda reflejada la idea del ocio como elemento industrial, por lo que resulta interesante el planteamiento de Perroux, F. (1970, Pág. 56) donde nos expresa: “La combinación de los grupos de hombres y de máquinas parece anunciar una recreación recíproca de unos por otros, y una oportunidad de liberación a escala de las grandes colectividades”.

Según el planteamiento de Perroux, la relaciones hombre – maquinaria conforman la producción del tiempo libre, donde el hombre se verá obligado a cuestionar que utilidad darle a ese tiempo libre.

El resultado de este cuestionamiento es evidente, el hombre moderno es poseedor de un tiempo libre que comúnmente es utilizado para la recreación y el esparcimiento, sin embargo esta actividad conforma el ocio como una estructura industrial moderna que se percibe naturalmente, puesto que las maquinarias son semi-industriales y permiten la recreación del hombre. Entonces como consecuencia el ocio es una muestra de organización colectiva que implica el desplazamiento al igual que el surgimiento a su vez de las vacaciones como medio de liberación ante las rudimentarias labores, fatigosas y atenuantes de las jornadas de trabajo.

Una vez justificado el ocio como elemento industrial; pasaremos hacer un abordaje de sus dimensiones civilizatorias e implicaciones en la actividad turística. Dumazedier, J. (1962, Pág. 93) para indicar una dirección hacia el camino de la sociedad post industrial usa la expresión civilización del ocio. Describiendo al ocio como:

Un conjunto de ocupaciones a las cuales el individuo puede entregarse libremente, sea para descansar, para divertirse o para desarrollar su información o formación desinteresada, su participación social voluntaria

o su libre capacidad creadora, después de haber cumplido sus obligaciones profesionales, familiares y sociales.

De acuerdo con Dumazedier, el ocio como proceso civilizatorio trae consigo una variedad de factores para la construcción social del ciudadano moderno, es decir que esta pasa a conformar nuevas modalidades de relaciones sociales, ocupando el ocio un sitio importante para la planificación que se genera desde la superestructura, por ello; se trasciende la visión dual de trabajo-mercado a una donde el ocio es el elemento determinante, básicamente hablamos de individuos planificados en busca del descanso.

En esta organización modista del ocio, la industria cultural juega como factor determinante en el quehacer del tiempo libre, al respecto Chomsky, Noam. (2005: Pág. 20) afirma:

En vista de que el ciudadano medio resulta incapaz de hallar nuevas formas de emplear su ocio, un grupo especializado ha tomado a su cargo la pesada responsabilidad de descubrir formas de empleo del tiempo ocioso, creando por ese medio entusiasmo por los objetivos comunes dentro de los límites morales de la sociedad capitalista, anarco-sindical.

Por lo antes expuesto, podemos afirmar que en las sociedades contemporáneas la planificación del ocio desde la superestructura está ligada a cambios específicos y estructurales sobre el comportamiento del consumo; sobre todo subyacen los eslabones de poder que confiere el consumo.

Al respecto, Galeano, E. (2015) [Documentación electrónica] va decir:

El tiempo del ocio se va haciendo tiempo de consumo obligatorio, tiempo libre: tiempo prisionero donde el derroche como privilegio dice ser la libertad de todos. Dime cuanto consumes y te diré cuanto vales. Esta civilización no deja dormir a las flores, ni a las gallinas ni a la gente; es

decir esta sociedad está condenada al insomnio por la ansiedad de comprar y la Angustia de pagar.

En relación al planteamiento de Galeano, E. El ocio es un moderador determinate del proceso civilizatorio donde el consumo es un elemento indispensable. Al mismo tiempo, su fluidez y estabilidad recae en el aumento continuo de la tolerancia como demostración emotiva de carácter público. Por ello, en las últimas décadas hablamos de una civilización domesticada subliminalmente por la industria recreativa, los objetivos de estas sociedades del ocio, no son más que mantener la mayor cantidad de tiempo la capacidad productiva y consumista de sus ciudadanos.

El ocio como fuerza productiva en los procesos civilizatorios está íntimamente ligados al turismo, esto lo podemos comprender observando la historia de la sociedad moderna donde surgen acontecimientos que han dado pie para desarrollar el ocio como procesos civilizatorio y anulando el turismo como fenómeno social, todo este proceso civilizatorio se ve reflejado en los individuos que por medio de sus habitus subjetivo demarcan tendencias al ocio y la recreación en su intrínseca búsqueda de la felicidad y la liberación del tiempo laboral, periodos de recogimiento individualizador y de esparcimiento; desplazándose de su lugar de origen hacia otro lugar por estadía esporádica, estas son características que conforman el turismo y genera un estado de bienestar, como complemento importante y reflejo de las sociedades el habitus objetivo hace un trabajo ordenado para ejercer medios calificados, legítimo y democratizadores, tomando los principios culturales del habitus que contribuyan hacer que el hombre venda su fuerza de trabajo y fuerza social por las vacaciones que se expresan como un elemento democratizador que iguala clases sociales e individuos, para mantener un status quo, que desarrolle el turismo, que contribuya al mantenimiento socio-económico de la sociedad post-moderna.

El turismo es un fenómeno social que maneja un conjunto de símbolos universales y democratizadores, con características que se generalizan a todos los niveles y regiones del mundo, esto lo podemos ver en la declaración de los derechos humanos, de la Organización de Naciones Unidas (1948, Pág. 7) hechos posterior a la segunda guerra mundial, en el artículo 24, este enuncia lo siguiente: “Toda persona tiene derecho al descanso y al ocio, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas”.

2.4.3 El turismo como bastión de desarrollo socio-económico.

Las sociedades post-industriales han hecho del ocio un proceso civilizatorio cosificado en la actividad turística, por ello; el turismo es un fenómeno moderno de carácter social y económico. Su factor social radica en las prácticas que se generan y producen entre las relaciones sociales con los recursos del espacio-lugar geográfico. Siendo un elemento importante las prácticas sociales del lugar, la búsqueda endógena de las propias imágenes locales, los elementos simbólico como acciones para encontrar lazos entre el individuo y el territorio. El turismo desde el punto de vista social va formar parte en el proceso de construcción del hombre individual y colectivo.

En su conjunto, las prácticas turísticas recreativas constituyen implicancias territoriales económicas, sociales y de modo de vida. Desde otros matices, el mundo del ocio los individuos se desplazan para conocer, sentir, vivenciar, para recorrer, ubicarse, por el valor simbólico del sitio que valoriza; el espacio territorial (solo viajando maduran los hombres), destaca el proverbio persa que orientando este a la movilidad turística, los viaje para poder ver y sentir el espacio, la necesidad de situarse y descubrir con mayor profundidad los signos del tiempo, más individualizado; y aunque entre las consecuencias del capitalismo se nos encapsula en un sistema homogéneo y hegemónico de duración; hasta de la percepción, en relación

con está; se analiza en el marco de la mercantilización del ocio, también existen instancias de intercambio social y recreación cultural.

El turismo ayuda a fomentar prácticas sociales de producción y consumo, de la práctica social e individual, integrando mecanismos distintos de relación con el territorio, identidad, y con el otro. Su efecto se hace sentir progresivamente en todos los sectores de la vida cotidiana en las instituciones, en las mentalidades, las concepciones de la identidad y hasta en la idea que la sociedad se hace de sí misma.

Dentro de este orden de idea llama la atención las múltiples implicaciones del ocio como proceso productivo que se caracteriza no solo por la recreación, el tiempo liberado y el esparcimiento, sino que también impacta el proceso de producción de bienes y servicios puntuales de comunidades turísticas para dar un confort a quien visita. Así mismo se permite la disolución de preocupaciones cotidianas como la pobreza, la salud, la alimentación y la seguridad social. El Turismo hace del ocio una fuerza social y cultural promotora del avance en la resolución de estos problemas sustanciales y puntuales de todo territorio.

Cabe considerar la importancia del turismo como elemento de desarrollo socio-económico de las localidades donde se fomente esta práctica, reforzando los elementos de carácter simbólico que van construyendo la imagen de determinado espacio geográfico.

Al sector turístico le corresponde a una industria masificada y globalizada, por ello tratamos con una industria gigantesca, en la cual debemos extender nuestra visión epistémica para comprender el producto de sus formaciones sociales. Dicha industria, flexibiliza su estructura comercial en todas partes del mundo utilizando los medios de comunicación y de transporte como factores indispensables para el intercambio y consumo de informaciones masivas que caracterizan al ocio como principal fuerza productiva.

Por otra parte existe una relación directa entre el desarrollo turístico y el crecimiento económico. Dado a que conforma una plataforma comercial capaz de generar fuentes de empleo y adquisición de divisas. Se hace necesaria aclarar que el turismo de forma general no se puede identificar en un solo sector de la economía por tiene diversas participaciones en el mercado como lo son los bienes y servicios.

Al respecto la Conferencia de Naciones Unidas para el comercio y desarrollo (2013) [Documentación en línea] afirma:

El turismo no puede identificarse como un sector económico claramente diferenciado, puesto que los bienes y servicios vendidos tanto a los visitantes como a los turistas nacionales se originan en varias ramas de la producción y porque en muchos casos sólo una parte se vende al turista y el resto se destina a otras formas de demanda final o usos intermediarios.

En la diversidad de beneficios del turismo vamos a encontrar que el más notable es el ingreso resultante del gasto realizado por turistas, contribuyendo esto notoriamente a la balanza de pagos, especialmente en los países en vías al desarrollo, la contribución queda de manifiesto cuando se evalúa la balanza de pagos y se compara generalmente con la importaciones, los servicios de deuda externa del país considerado o con las exportaciones.

En el caso la cobertura de la deuda externa y de la contribución del turismo se establece a través del cálculo de las tasas de cobertura de los servicios de la deuda externa, no en cuanto al monto total de la deuda del país sino en relación con el monto de los servicios que ésta le genera. Los efectos del turismo en la economía se pueden observar desde su capacidad generadora de empleo, distinguiendo a esto en tres tipos de empleo generados desde el sector turístico como lo explica Chomsky, Noam. (2005: Pág.33) que existen:

- Empleo directo: como resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas, como los hoteles, restaurantes, agencias de viaje.
- Empleo indirecto: todavía en el sector turístico, pero como resultado directo del gasto turístico.
- Empleo inducido: creado como resultado del gasto por los residentes debido a los ingresos procedentes de turismo.

Siendo así resulta claro que el turismo es uno de los sectores con crecimientos acelerados con respecto a la economía mundial, el desarrollo turístico puede promover el crecimiento económico, tanto directa como indirectamente, es capaz de aportar al incremento del Producto Interno Bruto, permitiendo con esto; no solo influenciar al desarrollo local, sino también al desarrollo nacional con la distribución de los ingresos, siendo estos elementos fundamentales a la promoción de proyectos en otras áreas tanto sociales como económicos.

2.4.4 Tipología del turismo.

Sociológicamente podemos caracterizar el turismo en nuestros días, por la demanda continua del marketing turístico impuesta por los criterios del consumo del ocio como elemento industrial. No obstante hay que observar las contribuciones teóricas de la economía, la ecología en el campo de la recreación y la geografía para poder conceptualizar la tipología del turismo en la sociología; aun cuando sea esta última quien mejor describa los tipos de turismo existentes desde los comienzos de movilizaciones de forasteros hasta la formación y creación y apropiación del termino turistas.

Las primeras definiciones de campo turístico en las vertientes sociológicas la podemos hallar en muchos estudios realizados entre los años sesenta y setenta por la sociología del turismo, en este caso la afirmación de Knebel, H (1974: Pág. 22):

La definición del concepto del turismo en el paso de la sociedad pre-industrial a la sociedad de servicios y conocer las características de sus actores: el turista; que está llamado a ser una figura de estudio de las ciencias sociales, de esta forma intenta profundizar e institucionalizar la sociología del turismo tomando diversas consideraciones hechas en estudios sociales pasados, sobre todo en lo que concierne al término forastero que proviene de Alemania, suiza e Italia estudiado desde el conocimiento de los movimientos de forasteros; pueden ser considerado como la primera aceptación de lo que hoy conocemos como turistas, porque estos se movían de su lugar de origen por motivos profesionales, de diversión o reposo, generando un conjunto de fenómenos producidos por los viajes y estancia de los forasteros siempre que en ellas no surja un asentamiento duradero ni estén unidas actividades productiva alguna.

En la tipología del turista que hayamos en sus estudios de la sociología del turismo, vemos que en principio el turista asume la faceta de forastero; como una persona consumista y que a su vez interrumpe las actividades productivas, haciendo entonces que se detonen algunos elementos que estructuran la definición del turista y el mismo autor continuo diciendo Knebel, H (1974: Pág. 59):

El turista como aquella persona que busca descanso, distracción o placeres en sus viajes que conllevan un tránsito temporal de residencia, con actividades limitadas por el tiempo, con un conjunto de interrelaciones con los naturales del lugar, consumo con la renta ganada en el lugar de origen (gastos), satisfacción de necesidades de lujo como consecuencia consumo de lujos, buscando siempre el confort y la seguridad física.

Mientras tanto el papel de las instituciones turísticas se manejan de acuerdo con las exigencias y esperanzas de grupos dado a que las mismas comprenden que el lugar a visitar debe crear las circunstancias favorables de transportes, hospedajes, asistencias, organizadores e intermediarios que formen parte de un sistema secundario, esto es un método que está formado para permite tener tres tipos ideales de turistas y con su correspondiente carácter social. Knebel, H (1974: Pág. 62) pudo observar:

I. El turista que dirige sus viajes por la tradición:

Desde los siglos XVII y XVIII la sociedad de esos años era aferrada a una conducta dirigida y aferrada por la tradición, el modelo de viajes era llamado “grand tour”, protagonizado por nobles que adoptan el rol de turista con un viaje que suponía ser educativo. Sus principales características son: preparación con mucha anticipación, duración de uno o varios años, dependiendo del poder adquisitivo de la familia, viaje en solitario o con un tutor que realizaba todos los tramites, viajes en búsqueda de formación, sea en el campo del arte, cultura o ciencias; el objeto era que el noble regresara sido un “un hombre de experiencia”.

Al final del siglo XVII se suma la burguesía a este tipo de viajes educativos que surgen para la formación y expansión de la experiencia del visitante, desde el siglo XX este asumió una faceta más clara; donde se pueden evidenciar el turismo por ocio y recreación en donde este visitante aumenta su crecimiento en algún interés educativo, espiritual, deportivo o de exploración de capacidades y aptitudes para la vida, que lo pueden ayudar posteriormente en su formación profesional o familiar, en un tiempo que bien pudiera durar según sea el caso particular de las necesidades del turista.

La segunda modalidad los viajes de grand tour; transformados en viajes de información y orientación económica, son características que se pueden identificar en el turismo por negocio, aun cuando estos viajes implicaran algún tipo de tiempo libre para el esparcimiento y la exploración de áreas naturales o culturales de la zona que se visita. Continua Knebel, H (1974: Pág. 63):

II. El turista internamente dirigido:

Corresponde a la fase de expansión demográfica con fuerte tasa de natalidad y el descubrimiento del individuo conlleva la revolución industrial, obligado al individuo a guarecerse bajo normas y valores de propia elaboración y ser responsable de sus propios actos. Se observa una evolución en sus intereses, mentalidad e ideología, que repercuten directamente en su forma de viajar. Los viajes a los balnearios;

característicos de la reducida capa directiva de la sociedad del siglo XVIII, se convierte durante el siglo XIX en una costumbre social de la naciente burguesía.

III. El turista dirigido por los otros:

Desde la segunda guerra se verá la aparición de lo que es en la actualidad el turismo, que la conducta del viajar es típica de las grandes ciudades, de estratos altos y liberales, funcionario y empleados. Manifestando la oportunidad de convertirse en turista en nuestra estructura social está igualmente distribuida, a pesar de la reglamentación de las vacaciones pagas. El turismo depende de los ingresos. El carácter social altero-determinado turista, al igual que los otros tipos de turistas, un reflejo de las oscilaciones estructurales de la sociedad.

Estos viajes son los precursores del carácter social indeterminado en una época lo individual tiene prioridad y se desligan las normas de la tradición.

El tiempo libre aún no se ha inventado; pero comienza una necesidad física y psíquica de descanso. En esta época surgen los balnearios como lugar de diversión y ocio, pero con propiedades curativas y medicinales, por lo que no se consideran auténticos turistas; a sus visitantes.

Se constata que la organización de los turistas por negocio tienen intereses por la cultura y la explotación de áreas naturales exuberantes pero se sigue caracterizando por pertenecer este tipo de turismo a visitantes de determinada clase social, con un interés profundamente individual, aun cuando internamente sea dirigido por otros a asistir a conferencias u obtener información directa y calificada de los avances característicos del país al visita.

El prestigio social y cultural, propios de una clase superior, han influido en gran medida, en el auge que los balnearios que se experimentaron en el siglo XIX. Asimismo, aparecen nuevos ideales como el romanticismo y el acercamiento a la recreación, Knebel, H (1974: Pág. 68):

- El ideal romántico; cultura - naturaleza: Tras la época del grand tour, se independizan los motivos artísticos y culturales. Los artistas se dirigen a los países de la antigüedad. Generalmente eran jóvenes sin recursos económicos que hacían el camino a pie. Se abre una nueva vía de contemplación y ensalzamiento de la naturaleza, en consecuencia con el movimiento romántico.
- El ideal gentleman; naturaleza - recreativo: Paralelo al movimiento romántico se produce una tendencia hacia la naturaleza, naciendo la exploración de la naturaleza inhóspita y virgen por medio del alpinismo amateur de jóvenes ingleses que permiten la realización de sueños de jóvenes de clases altas de escalar grandes montañas.

En lo anteriormente dicho podemos ver como se genera un nuevo tipo de empresarios producto de un turismo organizado fue fundado en Alemania donde se realizó un sistema en donde las vacaciones se podían pagar a plazos, naciendo las agencias de viajes y el acceso de otras clases sociales al turismo. Pero el principal motivo que impulso el rápido desarrollo de los viajes fue la necesidad de crear nuevas demandas en las sociedades de navegación alemanas que surgieron y tuvieron su auge en la época de migración de los alemanes.

También la necesidad de explorar la naturaleza, surgen los guías y para perpetrar más la funcionalidad de las agencias de viajes, se vislumbra el eco-turismo. El descubrimiento de la patria y de la naturaleza nos conlleva hablar de los clubes de la burguesía con interés a la exploración de la naturaleza y el estudio de la misma. Fueron creciendo hasta el punto que hubo que abrirse las enseñanzas, a mujeres y niños. Surgen las nuevas tendencias al lujo materialista innecesario. Los altos valores interiores eran vistos como un signo amenazador de pérdidas del carácter y la alienación.

Se observa que en la sociedad de entonces; se promovía el movimiento juvenil para justificar el vagar; como símbolo de protesta frente al mundo burgués. Se podría fijar un ideal de comportamiento nómada que alcanza una visión general de sus

consecuencias, pero antes hay que distinguir una fase anterior y posterior a la primera guerra mundial. El nomadismo de pre-guerra, se guía en el modelo del espíritu Prusiano. Al vagar en contacto con sus iguales, encuentra la forma de expresión en el núcleo de sus sentimientos vitales; fuera del ambiente burgués.

En el nomadismo juvenil se establecen los albergues juveniles que podrían considerarse las posadas de la época para forasteros que por un bajo costo del hospedaje podrían descansar y seguir con sus viajes, el nomadismo amplía su círculo admitiendo la influencia del conjunto de la sociedad, su forma de comportamiento turístico se socializador, incluye dentro del pensamiento de la sociedad el turismo, adquiriendo una estructura de valores acorde con el modo de ser general.

Por ello, aquellas capas y grupos que imprimen mayor carácter a la sociedad, irrumpen en mayor medida como consumidores en el mercado del turismo. Las motivaciones en el turista altero-determinante corresponde con su carácter relevante en tres niveles: Las artes del tiempo libre, se pierde en la dinámica rutinaria del tiempo del trabajo, poniendo al tiempo libre, durante las vacaciones, aplica la misma técnica que en la rutina del trabajo. Es así como el individuo altero-determinante entra en la dinámica de las vacaciones para descansar, tomándolas como un servicio que debe prestarse al mantenimiento de la garantía de vivir.

El carácter social de la publicidad incide en el altero-determinado a través de los medios de comunicación masivos, este presionado por la intensidad de las propagandas, además por los conocidos que han realizado el viaje (grupo de pares), incidiendo a que consiga una serie de prospectos en la agencia de viajes más próxima. El segundo nivel se detecta las propias motivaciones que ocupan en el intra-determinado las instituciones turísticas por medio del altero-determinado, entonces la industria turística le inculca pasar sus vacaciones viajando impedido de la

reproducción de sus propios impulsos, perdiendo la capacidad recreadora con el ocio en busca del tiempo libre.

La distinción de status y libertad de un turista se muestra cuando su desplazamiento es hecho a graves de un automóvil pues este deja de ser un medio de transporte tradicional para ser una herramienta de reconocimiento y prestigio, el individuo adquiere una posición social. Encuentra un último nivel que se puede llamar el hombre moderno pero que también está determinado por la movilidad por otros, las instituciones y los medios de transporte. Después, se le acepta y se le asigna un rol determinado: debe responder al modelo de comportamiento fijado por los otros y la industria turística.

Para Knebel el tipo ideal sería el rol absoluto del turista. El turista debe seguir el modelo mercado. Con el viaje de vacaciones debe abandonar los roles cotidianos de la sociedad ordinaria y asumir el rol del turista, que en algunos casos permite llegar al límite de la extravagancia, sobre todo el turista intra-determinado; mientras que se ve en el campo del altero-determinado las limitaciones por parte de las instituciones turísticas. El rol turista será por tanto, asumido en todo el periodo del viaje y en sus relaciones son los nativos. Los otros turistas lo toman por un igual, independientemente del rol del turista son más fuertes que los determinantes sociales y pesan más que cualquier otro rol.

Sobre el comportamiento de los turistas puede tomarse como uno de los primeros pasos en el estudio del consumo turístico y el cambio social. Puesto que a cada rol del turista corresponde a una clase social y estilos de consumidores que permiten establecer diferencias. El nivel de consumo determinara la estratificación del turista. El tipo ideal de turista moderno como representante de un rol absoluto, surgido de un carácter social altero-determinado y de la estructura institucional de la industria turística debe estudiarse en relación a las distintas tendencias para el conjunto de la sociedad.

Una tendencia intra-determinada es la que surge con la sociedad moderna y globalizada, que crea una dependencia y libertad dirigida naturalmente por la industria turística que hace de sus instituciones una red de comunicaciones y paquetes turísticos que se valen de una herramienta científica como lo es la ecología que concentra la confluencia de distintas disciplinas y áreas del conocimiento para crear el eco-turismo y de manera que promover la participación activa de los individuos interesados en recrearse: en playas, ríos, balnearios, montañas, etc. Logrando la atracción hacia un turismo amigable y que toma en serio las necesidades humanas ante las necesidades de la naturaleza, volviendo la sana convivencia con el ambiente natural.

2.4.5 El turismo en Latinoamérica.

En Latinoamérica el turismo se ve estigmatizado por el marketing y la publicidad de un fenómeno meramente materialista, extravagante y tecnológicas que se contraponen a lo que verdaderamente vincularía al turismo como un motor secundario para el desarrollo de los países de Latinoamérica que aún siguen perteneciendo al tercer mundo.

Los problemas de la América Latina llevan al desarrollo de un ocio improductivo que solo deja paso para el desarrollo de la industria hotelera y el marketing publicitarios de productos hechos en el norte de América, Asia y otros. Llama nuestra atención ver como en Latinoamérica y su sociedad adapta este tipo de industria tecnológica del ocio al turismo, cuando en nuestro continente los balnearios, ríos, playas, campos, magníficas arquitecturas antiguas, virginidad en la naturaleza, etc. darían paso al desarrollo social, de las instituciones públicas y movería una red de pequeños inversionistas que generarán no solo ingreso de divisas, también más acceso al poder adquisitivo y mayor movilidad social.

Cabe destacar que la naturaleza se ofrece a grandes industrias del turismo extranjero, con sus múltiples redes hoteleras privadas para su construcciones verticales sobre territorios con relevante significado cultural y utilizando las geografías nacionales para el crecimiento del marketing de sus hoteles sin mantener congruencia con los símbolos culturales de la geografía autóctona.

2.4.6 El turismo en Venezuela.

En el caso particular del turismo en Venezuela tenemos un sector en crecimiento, una alternativa de desarrollo y progreso apartada del petróleo. Esta se convierte en el segundo sector generador de entrada de divisas del país. Aunque el desarrollo económico del turismo en el país debe ser partícipe del fortalecimiento de variables sociales como lo son las expectativas de vida.

El enfoque del turismo debe incorporar actividades que den solución a los problemas sociales, que satisfagan las necesidades básicas, seguridad física, la participación de comunidades y la protección ambiental de la biodiversidad Venezolana.

Por su parte el sociólogo director del Laboratorio de Ciencias Sociales (LACSO) Briceño, L. (2000) [Documentación en línea] nos expresa a cerca de la realidad del turismo en Venezuela lo siguiente:

Cierto es que en Venezuela no era un país receptor de turismo; porque el petróleo garantizaba suficientes divisas como para no preocuparse por la generación de dólares pero, a partir de los años 80, se comenzó a considerar como una opción válida y, siendo el segundo generador de divisas, a planificarlo con visión de futuro ideal para el 2020. El sector privado y oficial es quien necesita una clara y definida voluntad política para que el turismo desarrolle plenamente sus potencialidades como actividad nacional.

Briceño, L. Nos ilustra de la situación de una dicotomía entre la industria turística que se encarga del marketing y la visión del ecoturismo, que aunque ambas generen divisas, se necesita de un enfoque que complemente el desarrollo de las potencialidades del turismo y a su vez los correspondiente sectores sociales que cumplan con los intereses de la movilidad social Venezolana.

En el territorio Venezolano contamos con un prospecto ideal para desarrollar el turismo para la recreación con la naturaleza, donde el ocio orientado como un proceso civilizatorio traiga un nuevo tipo de viajeros, movidos por la garantía de encontrar un sector turístico que complemente la exploración de las extraordinaria naturaleza del país con las actividades educativas sobre la cultura local; desde diversas aéreas del conocimiento para así dar cumplimiento al progreso del sector turístico en la sociedad Venezolana.

2.4.7 Implicaciones Pedagógicas de Turismo.

Antes de formular una conceptualización del profesional del turismo, debemos pasar a definir claramente la visión del movimiento forastero transformado desde la mitad del siglo XX dada por un grupo de economistas, que publicaron trabajos de investigación científica sobre el turismo, posterior a la segunda guerra mundial, los países en su búsquedas de obtener, a mayores capitales utilizaron el turismo como un elemento pedagógico, tal es el caso de la Venezuela de 1963, que declaró el turismo como una actividad de interés público y es así como, desde entonces se le ha tratado de dar el nivel que merece, sin resultado alguno o evidente que no es el de estar como prioridad o como alternativa de desarrollo en los distintos planes de la nación.

Ahora bien, ese tratamiento jurídico cambió a partir de 1999 al otorgársele al turismo rango constitucional, que se expresa en el artículo 310, de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999: Pág.210):

El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritario para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto..., el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado velará por la creación y fortalecimiento de una industria turística nacional.

Esta política, así como la necesidad de revertir el turismo emisor y elitescos a un turismo social enmarcado en el desarrollo, justifica la revisión de las carreras de turismo en el país, que conduzca a la formación de un profesional que responda a la nueva realidad política y social de Venezuela. Sin embargo, para alcanzar este objetivo se hace necesario analizar cómo se ha desarrollado el turismo en los últimos tiempos, para partir de una realidad que permita dibujar al futuro profesional del área con un profundo sentido social.

Venezuela, es un país con un sin número de riquezas naturales, culturales, tecnológicas y sobre todo humana, que lo convierten en un destino turístico con gran oportunidad de desarrollo sustentable; mediante la participación ciudadana de las comunidades con potencial turístico de manera consciente, crítica y sobre todo con valores humanistas, ambientalistas y sociales.

El profesional del área turística no puede estar ajeno a la realidad del entorno, puesto que representa los escenarios donde se hace posible que se active el sistema turístico con la actuación protagónica de las comunidades.

2.4.8 El turismo como Proceso pedagógico.

Desde la perspectiva sociológica; el turismo, como fenómeno propone una relación entre las demandas e intereses de las personas en los bienes culturales de la sociedad,

entonces adquieren un interés especial para el análisis desde el punto de vista de la construcción social del turismo como oficio. Por otra parte, se hace necesario establecer análisis entre turismo como proceso de formación que puede ser informal o formal, que estará determinado por las técnicas y habilidades que se obtengan. La formalidad va a estar dada por la formación académica brindada, es decir; la acreditación como profesional en turismo.

En este sentido podemos afirmar que la formación del profesional en turismo se da como proceso sistemático que busca concatenar la diversidad del turismo, con las fortalezas de las regiones de tal manera que el desarrollo con sus potencialidades geo-espaciales sea funcionales para lograr el desarrollo de este sector.

Desde la perspectiva pedagógica; el turismo, se abre un campo muy interesante que tiene que ver con la posibilidad de educar el profesional en turismo, desde programas que permitan adquirir los conocimientos necesarios para poder desarrollar la planificación de la actividad turística.

El conocimiento formal que dirige la profesionalización en turismo a través del Programa Nacional de Formación en Turismo; pretende construir espacios pedagógicos para instruir al sujeto que será egresado como licenciado en turismo. Esto conlleva la capacitación del sujeto a través de la realización de las prácticas recreativas que involucren la producción de servicios y bienes correspondientes a las actividades que se puedan realizar en el entorno natural, rural o de alto componente patrimonial que se obtienen en los procesos pedagógicos que intervienen en el sistema curricular de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”.

Los procesos pedagógicos son todo el conjunto de acciones intersubjetivas de preparación y reflexión necesaria para calificar valores y desarrollar capacidades, de modo que el facilitador permita que el aprendizaje sea significativo, generando las circunstancias para aplicar métodos evaluativos y corroborar la efectividad de la adquisición del conocimiento y la aplicación de todos los saberes. Por tal motivo los

procesos pedagógicos en el marco de la programación curricular de la Universidad Politécnica Territorial de Paria está constituido por un sistema multidimensional de aprendizaje que valora los espacios donde el sujeto en formación pueda desarrollar las habilidades, técnicas de trabajo, construcción de proyectos y planes para el desempeño profesional.

Entonces la formación del profesional en turismo, corresponde a la innovación de un sistema pedagógico humanista, en base a una ética que desarrolla el valor de la cooperación comunidad – futuro profesional en turismo, para su avance en la capacitación epistémica de la realidad del turismo; con la instrucción correspondiente por parte de facilitadores de la teoría y práctica que permita el ejercicio profesional de todas aquellas actividades condicionadas por la globalidad del sistema turístico propio de los tiempos modernos; con sus particularidades culturales y geográficas que corresponden a la regiones turísticas más importantes del país.

2.4.9 Relación entre el Currículo y su Vinculación con el Turismo de Paria.

El programa Nacional de Formación en Turismo constituye un proyecto curricular con miras al fortalecimiento del turismo, desde este programa se busca garantizar un conjunto de herramientas que desarrollen habilidades para el sector. Es necesario decir que al observar las potencialidades con las que cuenta la región Pariana se puede determinar la importancia que tiene la formación de nuevos profesionales en la planificación del turismo.

Desde la diversidad encontramos elementos del Programa Nacional de Formación en Turismo que pudiesen ser determinantes en el desarrollo porque ayudan; en brindar las herramientas teórico-prácticas que benefician al turista, desde la promoción de programas, planificación de actividades y elaboración de paquetes turísticos.

La región va a estar altamente influenciada por el perfil del egresado en el programa nacional de formación en turismo, tanto que va hacer de un factor fundamental para el desarrollo turístico de Paria, es decir que el tipo de turismo de la región puede ser explotado de mejor manera por contar con las herramientas necesarias que ofrecen la carrera (planificación turística, hotelería, ocio y recreación servicios hoteleros entre otros). Estas herramientas van hacer que Paria en su tipología de turismo por ocio y recreación se fortalezca, por otra parte la administración de los recursos naturales en su visión ecoturística tendrá igual importancia para generar el necesario realce de dicha actividad.

2.4.10 El turismo endógeno y sustentable.

El desarrollo endógeno esta permanente en la gestión gubernamental actual. Documentos oficiales, específicamente del Ministerio de Planificación y Desarrollo, hacia una Venezuela productiva; enfatizan esta característica cuando proponen las alternativas para mejorar la productividad económica, ya que se plantea reasumir al Estado como rector de una sociedad de economía mixta, que promoverá un nuevo modelo de desarrollo económico y social, e incluyente.

El concepto de desarrollo endógeno es un eje notable de las actuales políticas públicas, ya que el relanzamiento del crecimiento económico necesariamente conlleva mayor equidad social y hace hincapié en el potencial productivo propio, para favorecer al desarrollo endógeno que le brinde mayor autonomía al País, sin que ello signifique dejar de lado inserción de inversión internacional; que debe ser igual de eficiente.

Con el desarrollo endógeno se concretará el aumento de la productividad, basado en las capacidades locales, propias. El objetivo de este trabajo de investigación es analizar e interpretar la normativa establecida en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y en la Ley Orgánica de Turismo; en sus reglamentos para

que se garantice el desarrollo de la actividad turística como un desarrollo sostenible y endógeno, explicando cómo fomentar este desarrollo en la actividad turística y en los planes del Estado Venezolano.

Se debe destacar que en la región de Paria cuenta con una biodiversidad aún no explorada y cuyo aprovechamiento mediante el turismo de naturaleza se podría convertir a muy corto plazo en una de las actividades económicas más importantes del país, siempre y cuando se desarrolle con el modelo de sostenibilidad. Aun cuando las actividades económicas más explotadas en Venezuela se fundamentan primordialmente en el aprovechamiento y explotación de sus recursos naturales, tales como los hidrocarburos, mineros, acuíferos, agropecuarios, pesqueros, forestales, etc. La economía debe dejar de centrarse en el interés por el petróleo que ha reducido la importancia de la actividad turística.

Ésta actividad puede crear una plataforma de desarrollo y convertirse en una de las primeras fuentes generadoras de empleo para la juventud que representa significativamente el bono demográfico actual, en consecuencia, servir como impulso para reactivar la economía, además de coadyuvar al conocimiento y a la difusión de valores culturales del país.

2.5 Operacionalización de variables.

Para Hurtado, Jacqueline. (2012: Pág. 138): “Las variables, implica precisar cuál o cuáles serán los fenómenos, eventos hechos, características, procesos o situaciones a controlar, medir y estudiaren proyecto de investigación”.

Por tal motivo, es indispensable identificar en un proyecto de investigación cuales son las variables que se van a estudiar y de la forma como se hará, teniendo en cuenta que estas pueden asumir diferentes valores desde la óptica de la investigación mixta; a fin de evaluar la calidad del Programa Nacional de Formación en Turismo y su

vinculación con desarrollo turístico de paria en el presente trabajo de investigación el sistema de variables se operacionalizara de la siguiente manera:

2.5.1 Operacionalización de variables.

Cuadro 1. Operacionalización de Variables.

Objetivo General: Determinar El Conocimiento En Proyectos Turísticos Endógenos De Los Egresados Del Programa Nacional De Formación En Turismo De La Universidad Politécnica Territorial De Paria “Luis Mariano Rivera” En Periodo				
Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Sub-Indicadores
Identificar el dominio en el área de diseño de proyectos turísticos endógenos de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo.	Conocimientos en diseño de proyectos turísticos endógenos.	Socio-pedagógicos.	Socio-económico. Políticos. Institucionales.	Monopolio, oligopolios Figuras organizativas(cooperativas, compañías anónimas, Empresas de producción)

<p>Señalar el manejo de herramientas de planificación estratégica en proyectos turísticos endógenos de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo.</p>	<p>Conocimientos en herramientas planificación estratégica para la factibilidad de proyectos turísticos endógenos.</p>	<p>Gerencial. Productiva. Política.</p>	<p>Capacidad de aplicar el conocimiento planificación estratégica en proyectos turísticos endógenos. Habilidades organizativas.</p>	<p>Diseño, gestión y evaluación de planes programas y proyectos. Uso de las tics Ventajas competitivas conocimiento escenarios para en manejo y conocimiento turístico en modelos de gestión</p>
--	--	---	--	---

Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Sub-Indicadores
Indicar el grado de observación de los egresados del Programa Nacional de Formación de escenarios potenciales para la inversión Turística en el desarrollo de proyectos turísticos endógenos.	Escenarios potenciales para la inversión Turística en el desarrollo de proyectos turísticos endógenos.	Factibilidad del proyecto.	Tipos de turismo que se pueden desarrollar. Inversiones según las condiciones medio-ambientales	Ecoturismo, ocio y recreación, negocios, cultural y deportivo. Ventajas comparativas. Seguridad, hospedaje, TIC, conocimiento del mercado(idiomas, monedas, gastronomía entre otras)

Fuente: Elaboración propia de los Bachilleres Alcalá, E. y Rodríguez, R.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

El proceso de investigación se fundamenta en un marco metodológico, el cual define el uso de técnicas, instrumentos, estrategias y procedimientos a utilizar. Al respecto, Balestrini, A. (2006: Pág. 125) califica que: “El marco metodológico como la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con las cuales una teoría y su método calcula las magnitudes de lo real”. Por ello, el presente trabajo de investigación se sustenta en los siguientes aspectos metodológicos: el enfoque, tipo de investigación, nivel, diseño, población y muestra.

3.1 Enfoque de la investigación.

El enfoque de esta investigación comprendió acciones, actividades y tareas según su método, estos fueron cualitativos o cuantitativos y en última instancia mixtos. Así mismo Hernández, R. (2010: Pág. 751) define: “El enfoque mixto de la investigación, implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema”.

Esta investigación pretende describir el conocimiento en proyectos turísticos endógenos de los egresados de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”, donde los elementos cualitativos nos permiten realizar la interpretación de la realidad en que se encuentran aquellos aspectos socioculturales, como también en la capacidad de aplicar proyectos que confluyan con el oficio pedagógico del turismo como fenómeno social multisectorial, influenciado por la sociedad del ocio que forma parte de los procesos civilizatorios de las sociedades modernas. Por otro lado los elementos cuantitativos a encontrar reflejados en los resultados de datos estadísticos, que van a medir la vinculación pedagógica del

turismo con los niveles de desarrollo socio-económicos, gerencial y de servicios del turismo.

Claro está que estas referencias serán sustentadas a través de técnicas e instrumentos cuali-cuantitativos dirigidos a generar una respuesta científica al problema planteado.

3.2 Tipo de Investigación.

Nos expresa el doctor Bravo, R. (2006: Pág. 32):

Los tipos de investigación social son distintos según se atiende a los siguientes aspectos de la investigación social: (1) su finalidad, (2) su alcance temporal, (3) su profundidad, (4) su amplitud, (5) sus fuentes, (6) su carácter, (7) su naturaleza, (8) su objeto, (9) el ambiente en que tiene lugar, (10) los tipos de estudio a que dan lugar.

La siguiente investigación está sustentada en un estudio descriptivo, documental y de campo.

Al respecto el doctor Bravo, R. (2012: Pág. 54) expresa:

La investigación descriptiva (...) trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, casos, exploratorios, causales, de desarrollo, predictivos, de conjuntos, de correlación.

De acuerdo con la cita anterior, corresponde decir que este trabajo de investigación fue realizado con el propósito de describir por medio de la encuesta que conocimiento en planificación, gestión y evaluación de proyectos turísticos endógenos poseen los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo, programa que es impartido en la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivero”.

Así mismo inspeccionar la actividad turística de Paria, para luego establecer científicamente criterios dirigidos a comprender y mejorar la vinculación pedagógica sobre el oficio del profesional en turismo. Una vez delimitadas las expectativas descriptivas de la presente investigación se hará necesario indagar su soporte documental y de campo.

Según la normativa de la Universidad Nororiental Gran Mariscal de Ayacucho (2002: Pág. 35):

La investigación documental, consiste en el análisis de problemas en la realidad con el propósito bien sea de describirlo, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia haciendo uso de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.

La investigación documental resalta en este tipo investigación por cuanto se hizo necesaria la búsqueda exhaustiva de los materiales documentales y bibliográficos pertinentes al paradigma que permita desarrollar, la estructura pertinente al trabajo de investigación.

Al respecto Martínez, M. (2010: Pág. 99) de la investigación de campo; expresa lo siguiente:

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variable debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiestan y desenvuelve el hecho.

Por otro lado esta investigación se considera de campo porque este estudio conlleva al establecimiento de relaciones directas con las de actividades del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”, asimismo estas actividades trascendieron el acto pedagógico con el fin de captar que como es el conocimiento en el desarrollo endógeno en planes, programas y proyectos turísticos.

3.2 Nivel de la investigación.

Stracuzzi, P. Martins, F. (2010: Pág. 47) nos dicen: “El nivel de la investigación se refiere al grado de profundidad que se aborda un sujeto o fenómeno, al igual que el tipo de investigación va a determinar el nivel preciso que desarrollar”. De acuerdo al tipo y profundidad de la investigación; llega a ser analítica, proyectiva y descriptiva de la misma.

Esta investigación es analítica porque busca vislumbrar la calidad de las políticas socioeducativas pertinentes a la direccionalidad e intencionalidad del Programa Nacional de Formación Turismo, para hacer del profesional en turismo un elemento promotor del desarrollo endógeno.

Al respecto Bunge, M. (1981: Pág. 65): “La investigación analítica es aquella que trata de entender las situaciones en términos de las relaciones de sus componentes, intenta descubrir los elementos que componen cada totalidad y las interconexiones que dan cuenta de su integración”.

También es descriptiva, porque se señala el comportamiento de la calidad educativa sobre factores socio-pedagógicos aplicados por el Programa Nacional de Formación en Turismo, tomando el turismo como elemento para el desarrollo endógeno.

Al respecto la doctora Hurtado, J. (2012: Pág. 110): “La investigación descriptiva es aquella que se basa en la descripción precisa del evento evaluado y se nutre de la observación, la encuesta, la entrevista y la observación revisión documental”.

Por último, es de nivel proyectiva, porque posteriormente al proceso de diagnóstico y descripción sobre la calidad de los factores socio-pedagógicos aplicados en el servicio educativo del Programa Nacional de Formación en Turismo y también en el desarrollo endógeno en proyectos turísticos, se formularon criterios y propuestas científicas para mejorar la calidad de los factores antes mencionados.

Según, Hurtado, J. (2012: Pág. 122): “La investigación proyectiva propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación, implica explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio”.

3. 3 Diseño de la Investigación.

Según Martínez, M. (2010: Pág. 86) en su obra metodología de la investigación señala:

El diseño de investigación se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio. Para fines didácticos se clasifican en diseño experimental, diseño no experimental y diseño ex post facto no experimental.

En esta investigación el diseño se caracterizó por ser ex post facto; no experimental, debido a que no existe la posibilidad de manipular la variable independiente (Programa Nacional de Formación en Turismo), o los procesos causales de esta (implicaciones pedagógica en los procesos para el desarrollo endógeno); pero si, se intenta corroborar los efectos de los procesos causales sobre uno o más efectos desarrollados en ella.

Teniendo en cuenta que en la variable independiente los procesos causales ya sucedieron. Según Hurtado, J. (2012: Pág. 159):

Diseño ex post facto no experimental: Ex post facto significa fuera y después del hecho. En este tipo de diseño el investigador no tiene posibilidad de manipular las variables independientes o los procesos causales, aunque intenta corroborar el efecto de tales procesos sobre uno o más efectos, sólo que esos procesos causales ya ocurrieron o están fuera del alcance del investigador.

3.4 Población o Universo de estudio.

Fidias, A. (2006: Pág. 81) afirma que la población es: “Un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

La población de estudio para determinar el conocimiento en proyectos turísticos endógenos de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”, ellos constituyen una población finita, que en medida se podría decir que está compuesta por 40 egresados como licenciados del Programa Nacional de Formación en Turismo.

3.5 Instrumento de recolección de datos.

Según el doctor Fidias, G. (2012: Pág. 68), “Los instrumentos de recolección de datos son recursos científicos que permiten registrar o almacenar la información necesaria para responder a las inquietudes planteadas en las hipótesis u objetivos del proyecto de investigación”. En relación a las características presentes en los objetivos y la muestra de la investigación, se implementaron los siguientes instrumentos.

3.6 Instrumento de investigación tipo cuestionario.

Nos dice en la revista instrumentos para recabar datos de Martínez, E. (2003) [Documentación en línea] que dice:

La formulación del cuestionario es fundamental en el desarrollo de una investigación, debiendo ser realizado meticulosamente y comprobado antes de pasarlo a la muestra representativa de la población. En otro lugar de este texto se ve la importancia de los diferentes tipos de preguntas y lo laborioso de su formulación con el fin de que los resultados sean los apetecidos.

El cuestionario es un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en esta investigación, como actividad que requirió la búsqueda de información. Las preguntas contestadas por los encuestados; se trataron como un instrumento fundamental para la obtención de datos. Se redactó el cuestionario una vez que se determinó el objetivo la operacionalización de lo que se va a preguntar es decir; los datos que se necesitan para la investigación.

Este cuestionario fue hecho a los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo y contestaron de forma individual por escrito y sin que interviniera los investigadores. Se presenta en forma fácil; en donde se enumeran las respuestas de contestación simple.

3.7 La validez y confiabilidad.

El estudio fue realizado por un conjunto de instrumentos y técnicas de recolección de datos que permitieron alcanzar los objetivos de la misma.

Según el doctor Hernández, R. (2010: Pág. 198):

Los instrumentos para la recolección de los datos implican elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico. Este plan incluye determinar: (1) ¿Cuáles son las fuentes de donde se obtendrán los datos?, (2) ¿En dónde se localizan tales datos?, (3) ¿A través de qué medio o método vamos a recolectar los datos?, (4) Una vez recolectados; ¿De qué forma vamos a prepararlos para que puedan analizarse y respondamos al planteamiento del problema? El

plan se nutre de diversos elementos: (1) Las variables, (2) Las definiciones operacionales (3), La muestra y (4) Los recursos disponibles.

Las fuentes teóricas obtenidas por todos aquellos autores que dedicaron su caracterización de cómo realizar la investigación social, etnográfica y turística, como Bunge y Martínez. En la parte teórica la interpretación de la civilización del ocio del sociólogo Dumazedier, J.

3.7.1 Validación y confiabilidad de los instrumentos.

Según Salking, N. (2008: Pág. 84) en su obra métodos de investigación define “La validación y confiabilidad de los instrumentos consiste en autentificar el grado de precisión que poseen los instrumentos de investigación, los cuales serán sometidos a los criterios de especialista en metodología y la materia estudiada”. La validez y confiabilidad de este trabajo consiste en haber sometido a juicio de expertos la precisión de los instrumentos de investigación utilizados para responder las inquietudes de los objetivos planteados.

3.7.2 Validación.

Los instrumentos utilizados en este proyecto de investigación, fueron evaluados y validados por los sociólogos:

Jesús Urquiola titular de la CI: 20.124.999. Licenciado en Sociología, egresado de la Universidad de Oriente, quien se desempeña desde hace dos años como profesor universitario.

Raúl González, titular de la CI: 11.969439 Licenciado en sociología, con especialidad en tecnologías de la información y la comunicación en educación a

distancia y se desempeña desde hace 12 años como profesor universitario de la Universidad de Oriente y presidente del colegio de sociólogos y antropólogos de Paria.

Esta validación se llevó a cabo con el objetivo de verificar si la redacción y el vocabulario utilizado son los adecuados al estudio.

3.7.3 Confiabilidad.

Hernández, R. (2010: Pág. 235) señala que: “La confiabilidad de un instrumentó de medicación se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados”.

Es por ello que se presentan a continuación la confiabilidad de los siguientes instrumentos de investigación:

3.7.4 Validación y confiabilidad del instrumento tipo encuesta.

Después de haber sido validado el instrumento de investigación, este fue aplicado a (40) egresados del Programa Nacional de Formación de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”, de los cuales se seleccionaron de forma aleatoria las respuestas de cinco (5) egresados para ser revisadas y calculada mediante la confiabilidad del coeficiente alfa de Cronbach, este estadístico es el que más tiende a usarse para calcular la confiabilidad de una prueba.

La fórmula para la obtención del Coeficiente de Cronbach, usada en esta investigación, tomada del libro de Ramírez, N. (1999: Pág. 26).

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{S_i^2}{S_T^2} \right),$$

Donde:

K representa el número de ítems.

S_i^2 Es la varianza para cada ítem.

S_T^2 Es la varianza de la suma de los ítems.

$$\alpha = \frac{15}{14} \left(1 - \frac{23,8}{273,10} \right) = \frac{15}{14} \cdot 0,91 = 0,98$$

Se obtuvo un valor de 0,98 para el coeficiente α , resultado que evidencia una alta confiabilidad lo que indica que la encuesta posee consistencia interna ya que se encuentra por encima de 0,75.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Para la realización del análisis descriptivo y evaluativo de los datos obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos a las muestras seleccionadas. Se registran en el primer instrumento de investigación cuadros de frecuencias y porcentajes calculados sobre las opiniones de los egresados encuestados; posteriormente, se analizaron los resultados arrojados por los cuestionarios individuales que se les hicieron a los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”.

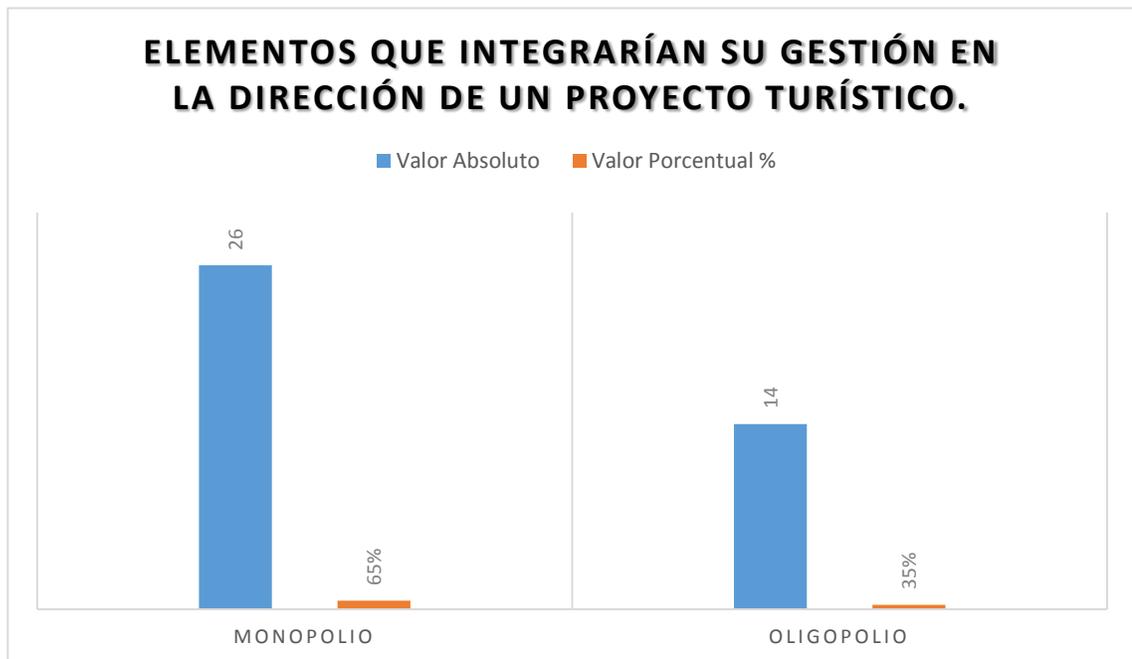
4.1.1 Instrumento de investigación para conocer la percepción y apreciación de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera”.

Para la realización del análisis descriptivo de los datos obtenidos a través de la aplicación del instrumento de investigación (cuestionario) a la población de estudio (40) egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo.

Se registran en el instrumento de investigación cuadros de valor absoluto y porcentual de los cálculos sobre el conocimiento que tienen los egresados del programa en el desarrollo turístico endógeno a continuación:

Distribución absoluta y porcentual referente al elemento que integrarían su gestión en la dirección de un proyecto turístico.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Monopolio	26	65 %
Oligopolio	14	35%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: Entre los elementos de gestión para la dirección de proyectos se observa: el Monopolio con 65% de aceptación, seguido del oligopolio con 35%.

Análisis de lectura porcentual, referente al elemento que integraría su gestión para la dirección de un proyecto turístico.

El monopolio y el oligopolio son indicadores antagónicos que definen la filosofía de producción que adopta una organización en el mercado, se presume que los grandes monopolios están asociados al dominio absoluto del mercado, razón por la cual es imposible concebir otras opciones de servicios; mientras que el oligopolio permite la existencia de varias organizaciones dedicadas al mismo servicio en un mercado.

Para dirigir una organización de acuerdo los criterios anteriormente señalados, se necesitan tomar en cuenta implicaciones económicas, ambientales y sociales, según sea el caso del servicio que se ofrece en el mercado.

Generalmente los servicios dedicados a la explotación del ocio y la recreación, específicamente en el área turística, lo desarrollan organizaciones de perfil oligopólico; puesto que las condiciones del mercado son definidas por variables ambientales de muy fácil acceso para el disfrute público. En este sentido, son muchas las organizaciones turísticas que coexisten en un mismo mercado; sin embargo, el mejoramiento continuo de sus servicios y la libre competencia promueven su expansión, causando el debilitamiento de los competidores hasta el punto de constituir un monopolio, siempre que no exista un elemento jurídico regulador.

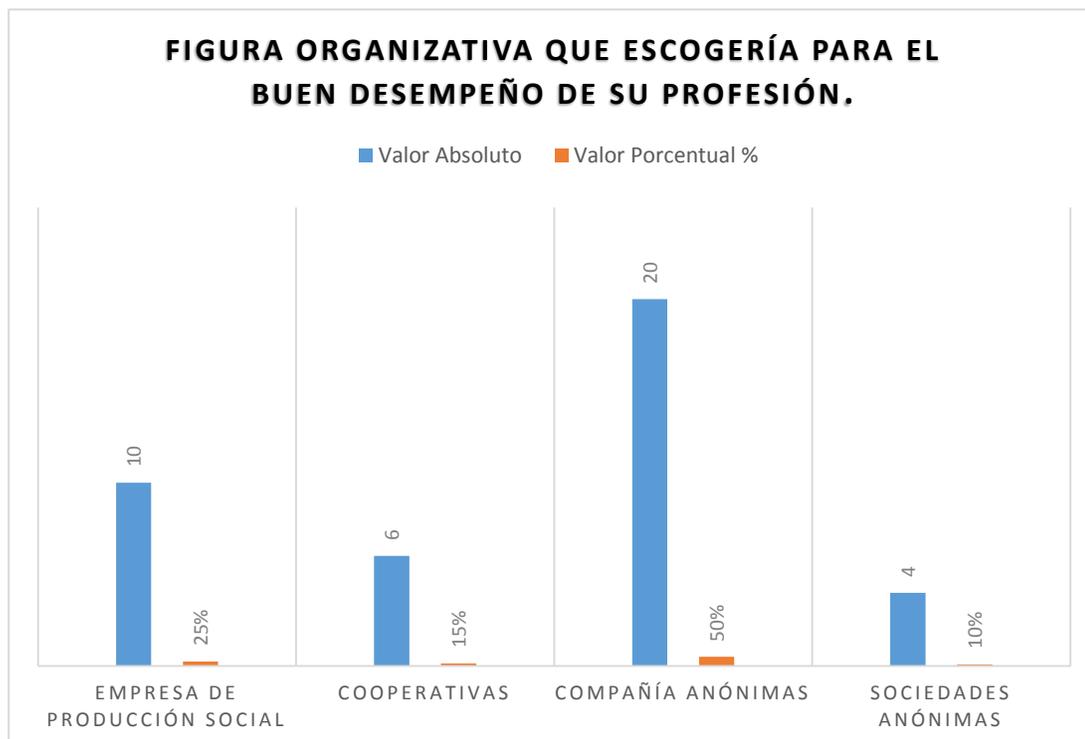
La organización mundial del turismo promueve en países como España, México y Brasil, la participación de pequeños y medianos prestadores servicios en la búsqueda de proteger el mercado ante el avance del monopolio. Así mismo, se defiende este principio en la conformación de los valores productivos, donde todas las organizaciones dedicadas a la profesionalización de este servicio deben asumirlo como un elemento ético para proteger el estilo, ambiente y los valores culturales de la región turística.

En el caso de la población en estudio, no se han internalizado los principios antes definidos, puesto que un 65% prefiere el Monopolio como valor fundamental para definir su gestión en el mercado; sin embargo, esta posición determina los criterios económicos del libre mercado sobre la sana competencia, degenerando así, el valor histórico, cultural y ambiental de las regiones turísticas. En este mismo orden, la realidad graficada altera los valores éticos de formación asumidos por la institución encargada de profesionalizar a la población en estudio.

Por otro lado, el 35 % de la población en estudio cree en el oligopolio como elemento fundamental para explotar la actividad turística resguardando el valor histórico, cultural y ambiental de la región Pariana.

Distribución absoluta y porcentual referente a la figura organizativa que escogería para el buen desempeño de su profesión.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Empresa de producción social	10	25%
Cooperativas	6	15%
Compañía anónimas	20	50%
Sociedades anónimas	4	10%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: Entre las figuras organizativas que escogería para el buen desempeño de su profesión consideraron que las compañías anónimas en un 50%, seguidamente encontramos producción Social con 25%, Cooperativas con 15% y finalmente las sociedades anónimas 10%.

Análisis de lectura porcentual referente a la figura organizativa que escogería para el buen desempeño de su profesión.

Las figuras asociativas con fines de lucro, como las empresas de producción social, cooperativas, compañías anónimas y sociedades anónimas, son organizaciones

empresariales que permiten a un determinado grupo de personas llevar actividades de carácter económico en la producción de bienes y servicios, Cabe resaltar que cada modelo empresarial responde a un sistema económico y organizativo que va influenciar su modo de accionar en el mercado. En caso que los profesionales en turismo deben conformar para invertir en bienes y servicios turísticos dedicados a explotar el ocio y la recreación, adaptándose a las exigencias actuales.

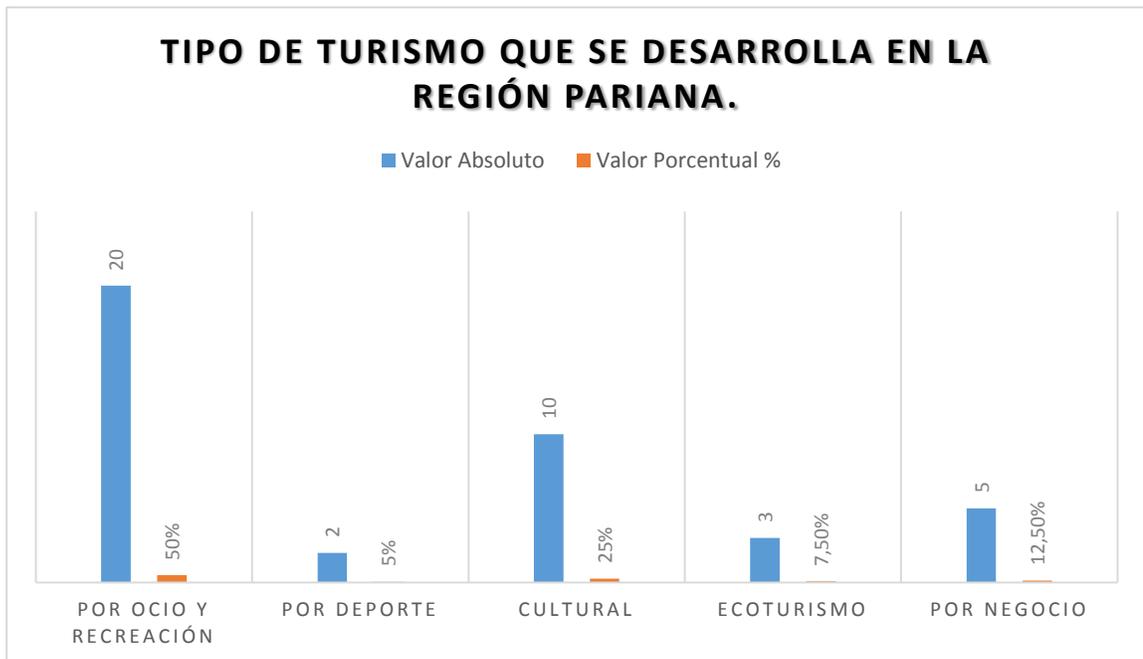
En los países con tendencia a los libres mercados se le da mayormente fomenta la constitución de compañías anónimas y sociedades anónimas como modelo de emprendimiento promoviendo la competencia desde la las empresas más pequeñas hasta las empresas globalizadas, esto en la búsqueda del desarrollo. Por otra parte encontramos modelos alternativos ante sistémicos que promueven las cooperativas y la empresas de producción social en función a evitar los monopolios y democratizar los mercados dándole mayor valor a las producción de bienes y servicios endógenos, tal es el caso de Venezuela.

Podemos analizar los datos otorgados por la población de estudio, donde se observación que en contra posición a los valores éticos socializados por el programa nacional de formación en turismo que están ligados a la promoción de cooperativas y empresas de producción social no ha sido internalizado por sus egresado y siguen respondiendo a una lógica globalizada y modelos económicos capitalistas, donde el 50% de la población estudio está a favor de la compañías anónimas y un 10% sociedades anónimas.

Por otro lado, el 25 % de la población en estudio cree en las empresas de producción social como figura organizativa para el buen desempeño de su profesión, esto en correspondencia de valores productivos propios del Programa Nacional de Formación en Turismo, como también un 10% considera que las cooperativas dado a su forma organizacional que permite la participación igualitaria de todos sus miembros para el desarrollo de la región pariana.

Distribución absoluta y porcentual referente al tipo de turismo que se desarrolla en la Región Pariana.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Por Ocio y Recreación	20	50%
Por Deporte	2	5%
Cultural	10	25%
Ecoturismo	3	7,5%
Por Negocio	5	12,5%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: De los datos presentados en este cuadro los egresados del programa nacional de formación en turismo consideran que el turismo que se puede desarrollar en la región Pariana el 50% es por Ocio Y Recreación, el 25% turismo Cultural, el 12,50% por negocio, el 7,50% Ecoturismo y el 5% por Deporte.

Análisis de lectura porcentual referente al tipo de turismo que se desarrolla en la región Pariana.

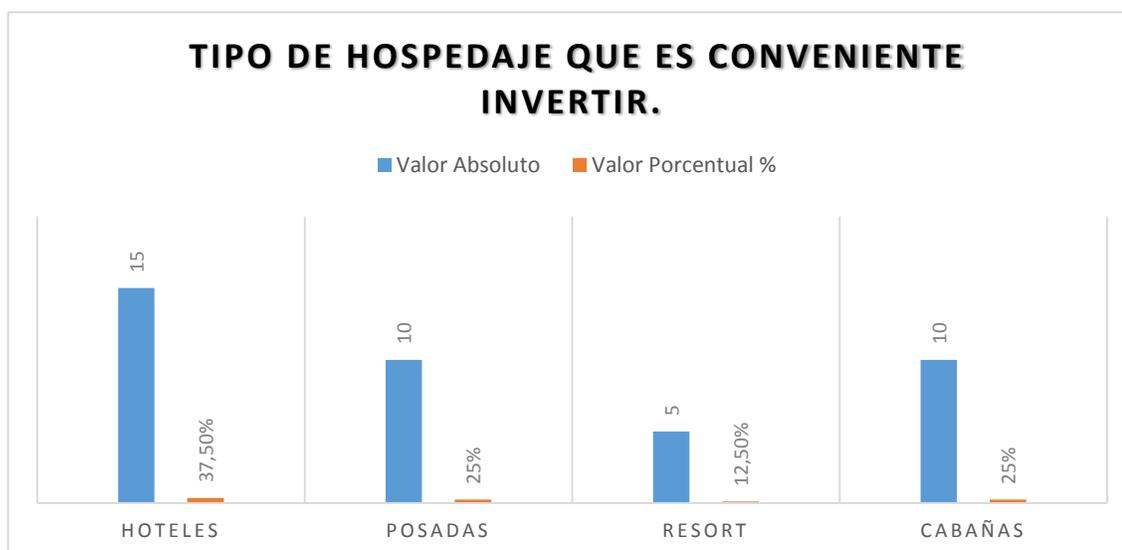
La según la Organización Mundial del Turismo, “el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (una noche de estadía como unidad y como máximo 365 días, por ocio, negocios, por deporte, cultural, ecoturismo entre otros)” por tales razones queda claro que las condiciones geo-espaciales, las formas organizativas de prestación de servicio turísticos y la intencionalidad del turista van ser factores determinante para el tipo de turismo que se puede desarrollar.

La región Pariana constituye una ventaja comparativa que puede ser de gran utilidad para el desarrollo de la industria del turismo debido a su gran extensiones de costa, así como también el hecho de contar con dos importantes parques nacionales, permitiendo estas condiciones atractivas al turistas, El 50% de la población de estudio considera que la región se puede desarrollar el turismo por ocio y recreación, entendiendo de estado esto en consonancia con las condiciones de la región, por otra parte también considera importante el turismo cultural teniendo este un nivel de importancia para la población estudio de un 25% esto es el reflejo de ambientes tales como el hecho de contar con asentamientos indígenas como son los Waraos, así como también elementos gastronómicos tradicionales. El 12,50% de los encuestados afirma que el tipo de turismo que se desarrolla en la región es por negocio, claro está que paria cuenta con sectores como el pesquero y cacaotero que son importancia para el país, por otra parte el 7,50% considera que el ecoturismo esto debido a las condiciones la variedad de paisajística, finalmente se encuentra que el 5% consideran que el turismo por deporte se realiza en la región.

Distribución absoluta y porcentual referente al desarrollo turístico de Paria, en cual tipo de hospedaje es conveniente invertir.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Hoteles	15	37,5%
Posadas	10	25%
Resort	5	12,5%

Cabañas	10	25%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: Los datos presentados en este cuadro como los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo; consideran que el tipo de hospedaje conveniente invertir el 50% afirma que en hoteles, el 25% en posadas, otro 25% en cabañas, y el 12,50 resort.

Análisis de lectura porcentual referente al desarrollo turístico de paria, en cual tipo de hospedaje es conveniente invertir

La inversión en turismo va a estar determinada la estructura productiva del sector para la prestación de servicios a visitantes, dentro del sistema turístico de un determinado destino, realizada en forma cooperativa, entre el sector público, privado y las organizaciones no gubernamentales (ONG), en la búsqueda de minimizar impactos negativos socio-medioambientales y la maximizar ganancias. El sistema turístico está conformado por la oferta y demanda turística, donde jugará un papel fundamental el tipo de hospedaje según el tipo de turismo que se pueda desarrollar que van a estar determinadas por las condiciones geográficas.

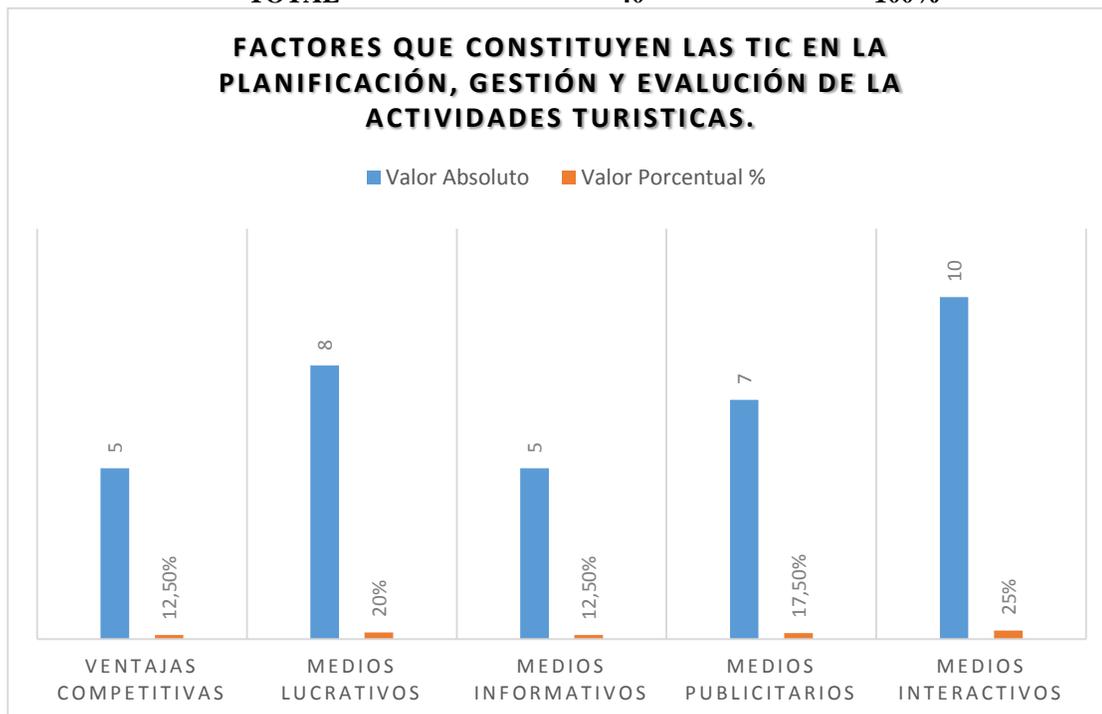
En el caso particular de la región Pariana que cuenta con las condiciones para desarrollar el ecoturismo, turismo por ocio y recreación debido a sus atractivos naturales como son las playas, ríos, montañas; la población estudio afirma en un 50% que en hoteles se debe hacer la mayor cantidad de inversión, en este sentido Knebel, H (1980: Pág. 26) afirma:

Entendiendo entonces las condiciones geo-espaciales debe hacerse un conjunto de inversiones turística, según el casos para las grandes ciudades industrializadas debe invertirse en hoteles y resort, y para la pequeñas ciudades y zonas rurales la inversión deber direccionarse a hospedaje de tipo hostales y posadas.

Debido a lo antes expuesto queda en evidencia que las afirmaciones de los egresados en de Programa Nacional de Formación en Turismo no están en correspondencia con las condiciones de la región, no obstante en contra posición a la aseveración el 25% piensa que se debe invertir en posadas, esto en correspondencia con la percepción del ocio como un proceso productivo Dumazedier, J. (1962: Pág.133) define: “El ocio es el tiempo liberado por el tiempo productivo, bajo la acción conjugada del proceso técnico y las fuerzas sociales, en beneficio de una actividad improductiva del hombre, durante o después del periodo de producción”. En este sentido en ocio está asociado a actividades post jornadas laborales y tiempos vacacionales, por tal motivo los ambientes de paria requieren de inversión en posadas como opción de hospedaje así como también en cabañas las cuales la población estudio afirma en un 25% que son el tipo de hospedaje necesario para el desarrollo turístico, finalmente se observa que el 12,50% afirma que los resort son el modelo que permitiría el impulso de los alojamiento de turistas en la región.

Distribución absoluta y porcentual referente al factor que constituyen las TIC en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Ventajas Competitivas	5	12,5%
Medios Lucrativos	8	20%
Medios Informativos	5	12,5%
Medios Publicitarios	7	17,5%
Medios Interactivos	10	25%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: Los datos presentados en este cuadro encontramos que el uso de las Tecnologías de información y comunicación constituyen en la planificación, gestión y evaluación turística el 25% medios interactivos, el 20% medio lucrativo, el 17,50% medio publicitario 12,50% ventajas competitivas, el 12,50% medios informativos.

Análisis porcentual de lectura porcentual referente al factor que constituyen las Tecnologías de la Información y Comunicación en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

El uso de las Tecnologías de la información y Comunicación se ha proliferado dentro del ámbito del turismo convirtiéndose en una herramienta fundamental y un aliado en internet para llegar a conquistar turistas para los diferentes destinos que se promocionan en la web. En relación a las TIC se expresan en el libro Martínez J. (2010 Pág.15) de la siguiente manera:

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

Claro está que en la utilización de este tipo de herramientas brinda apoyo a las empresas cuyos objetivos primordiales son el generar ingresos, para esto deben ser cada vez más competitivos tomando en cuenta que cada vez más hay más empresas que se integran a la industria del turismo.

En lo que respecta a la población de estudios Tecnologías de información y comunicación constituyen en la planificación, gestión y evaluación turísticas el 25% medios interactivos dado a que a los a través de aplicaciones e internet conocer ubicaciones de sitios importantes del lugar de visita (históricos, ambientales, económicos entre otros) según el Programa para el Desarrollo de la Industria de Medios Interactivos (2006 Pág. 1) afirma: “Los medios Interactivos son los medios digitales que permiten a los usuarios interactuar con otros usuarios o con el propio medio con el propósito de entretenimiento, información y educación.” Esto permite al sector turismo conocer de fuente de los propios usuarios la calidad del servicio turístico prestado.

Por otra parte se encuentra que el 20% considera las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) como un medio lucrativo, debido a que desde allí en la web se pueden comprar servicios turísticos (hospedaje, transporte, guía turística entre otros). El 17,50% de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo aseveran que el uso de las tics en la planificación, gestión y evaluación constituye un medio publicitario, en este sentido Patrizi L. (Pág. 5) afirma:

Un medio publicitario, en pocas palabras, es un medio de información, ya sea que estemos anunciando un nuevo producto o servicio, compartiendo información de precios, avisando sobre nuevos puntos de venta, o simplemente recordando y reforzando la imagen de una marca, todo tiene que ver con transmitir información de los bienes y servicios que se estén ofertando, esto ayuda a mejorar la ventas.

El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación como medios publicitario juega un rol fundamental porque permiten conocer las condiciones de los servicios a consumir. La población estudio sostiene en un 12,50% las TIC como ventajas competitivas, en palabras de Guerra J. (2013 Pág. 21):

La ventaja competitiva es la capacidad de una empresa de sobreponerse a otra u otras de la misma industria o sector mediante técnicas no necesariamente definidas, cada empresa puede innovar a su manera. Sin embargo, estas ventajas competitivas no siempre se pueden mantener por mucho tiempo debido a que los mercados cambian constantemente y las empresas tienen que estar alerta a estos cambios para no "pasar de moda" con las ventajas competitivas que desarrollen.

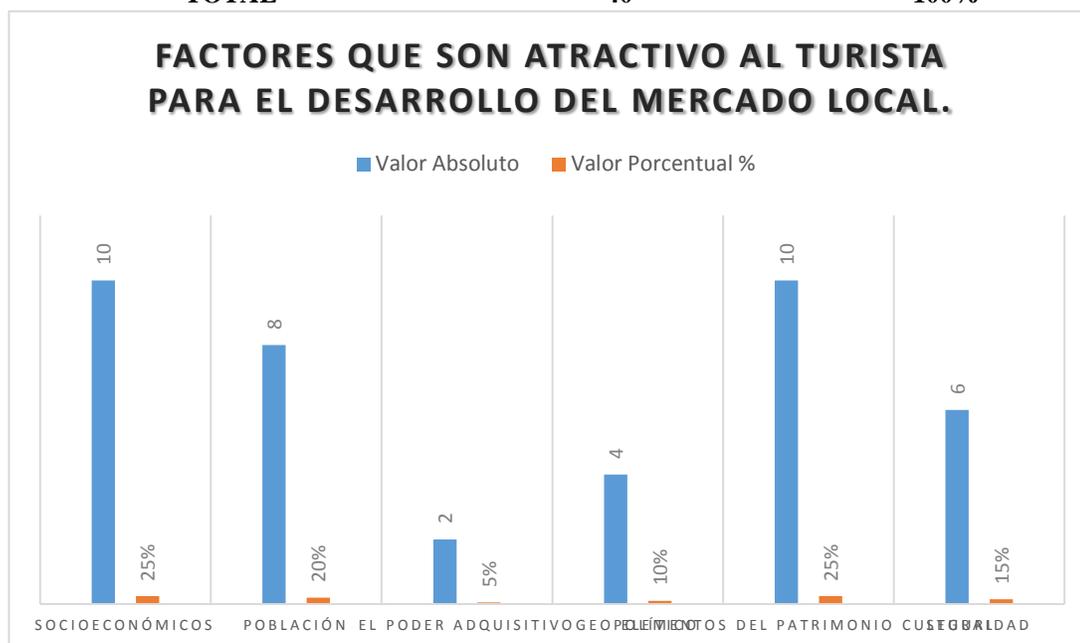
Esta series de técnicas que ofrece esta visión económica permite entonces convertís las tecnologías de la información y comunicación en un factor determinante dentro de las competencias del mercado. Finalmente el 12,50% consideran a las TIC medios informativos, claro está que su uso creado la necesidad de contar con mecanismos de

difusión, promoción, comercialización y desarrollo para todo tipo de cliente, a través de medios de comunicación.

El turismo busca atraer clientes internacionales, lo que exige un desarrollo importante en materia de infraestructura, en comunicaciones que permitan y faciliten la promoción y comercialización de los atractivos turísticos en todo momento y en cualquier lugar del planeta.

Distribución absoluta y porcentual referente al factor que es atractivo al turista para el desarrollo del mercado local.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Socioeconómicos	10	25%
Población	8	20%
El poder adquisitivo	2	5%
Geopolítico	4	10%
Elementos del patrimonio cultural	10	25%
Seguridad	6	15%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: De los datos presentados en este cuadro; referente a los factores que son atractivos a los turistas: el 25% cree que el socio-económico, el otro 25% piensa que los elementos del patrimonio cultural, 20% considera que la población, el 15% el factor seguridad, el 10% eligió el componente geopolítico, mientras que un 5% el poder adquisitivo.

Análisis porcentual de lectura porcentual referente al factor que es atractivo al turista para el desarrollo del mercado local.

El turismo uno de los sectores de la economía que encuentra en constante crecimiento, por tal razón se concibe como una mayores fuentes generadoras de empleo, de divisas y de estímulo a la inversión y al crecimiento económico, Sin embargo en el contexto actual, caracterizado por el fenómeno de la globalización de los mercados, la gestión del conocimiento, un acelerado cambio tecnológico y una creciente movilidad de personas, esta actividad es una de las más vulnerables, pues es altamente influenciada por sucesos económicos, políticos y climatológicos.

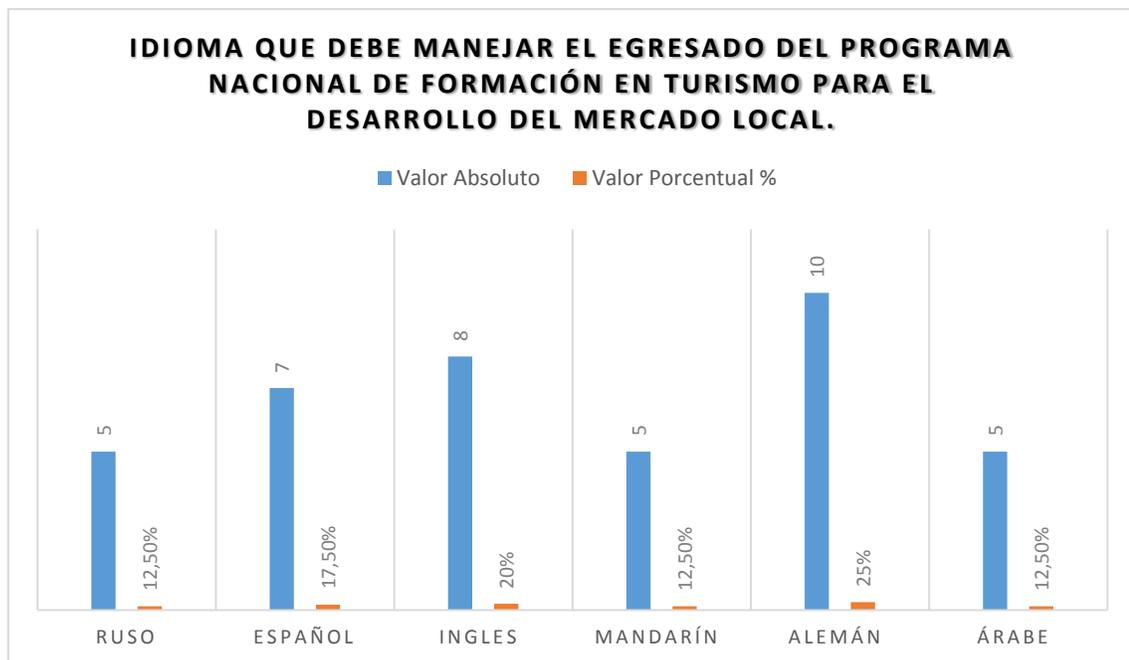
Existen diversos factores de atracción turística: conjunto de elementos socioeconómicos, políticos, geográficos y turísticos relacionados con el país receptor que propician que la oferta pueda satisfacer la demanda turística. En los cuales encontramos como más importantes los factores Socioeconómicos, la Población, El poder adquisitivo, Políticos y geográficos, Elementos del patrimonio cultural y seguridad.

En la presente investigación la población estudio encontramos factores que en el mayor de los casos son atractivos al turista: el 25% cree que el socio-económico son relevantes para el desarrollo del mercado, en el otro orden el 25% piensa que los elementos del patrimonio cultural son de mayor relevancia, en menor escala porcentual encontramos que los egresados del programa nacional en formación en turismo un 20% considera que la población, el 15% el factor seguridad, el 10% eligió

el componente geopolítico, mientras que un 5% el poder adquisitivo como factores atractivos al turista, permitiendo esto contribuir con el desarrollo local.

Distribución absoluta y porcentual referente al idioma que debe manejar el egresado del Programa Nacional de Formación en Turismo para el desarrollo del mercado local.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Ruso	5	12,5%
Español	7	17,5%
Ingles	8	20%
Mandarín	5	12,5%
Alemán	10	25%
Árabe	5	12,5%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: De los datos presentados en este cuadro los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo consideran que deberían manejar los siguientes idiomas: 25% Alemán el 20% Ingles, el 17,50% Español, el 12,50% Ruso, el 12,50% Mandarín, y el 12,50% Árabe.

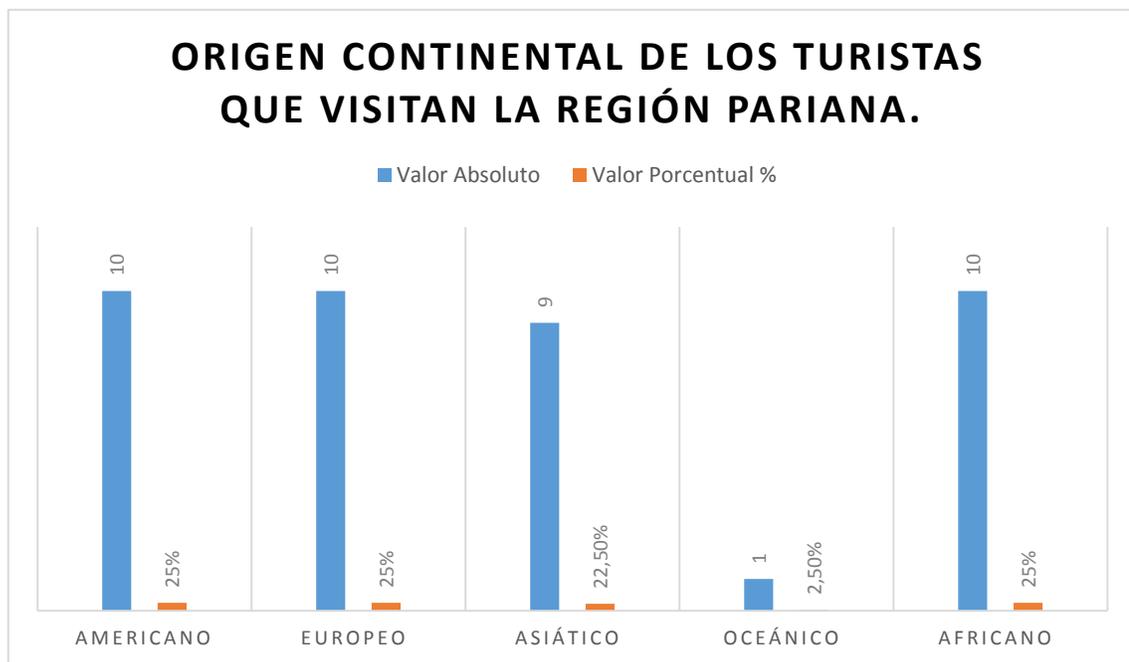
Análisis porcentual de lectura porcentual referente idioma que debe manejar los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo para el desarrollo del mercado local.

El sector turístico tiene la necesidad de comunicarse con el cliente, pero en la actualidad si cabe más importante aún, dada la alta cualificación de los profesionales en todo el mundo. La formación de los gestores del turismo se ha desarrollado al máximo nivel, forma parte de ciclos formativos superiores y ocupa un lugar destacado en la oferta de grados y másteres de prácticamente todas las universidades. Es inconcebible que un licenciado de turismo no domine varios idiomas a nivel especializado, principalmente atención al cliente o comunicación a nivel internacional, claro está que esto va estar determinado por el idioma de origen del turista.

En la población de estudios, los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo consideran que deberían manejar los siguientes idiomas: 25% Alemán el 20% Ingles, el 17,50% Español, el 12,50% Ruso, el 12,50% Mandarín, y el 12,50% Árabe. La Asociación Venezolana de prestadores de Servicio turístico afirma que el idioma más utilizados en la zona de paria para le prestación de servicio turístico es el español y que según la frecuencia de visitantes a la región es necesario manejar inglés y el mandarín, con lo expuesto queda claro que los egresados del programa nacional de formación en turismo deben priorizar el aprendizaje para el manejo de los diferentes idiomas y aún más el inglés y el mandarín.

Distribución absoluta y porcentual referente a la frecuencia del origen continental de los turistas que visitan la Región Pariana.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Americano	10	25%
Europeo	10	25%
Asiático	9	22,5%
Oceánico	1	2,5%
Africano	10	25%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: De los datos presentados en este cuadro encontramos que los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo consideran que 25% son de origen Africano, el 25% de origen Americano, el 25% pertenecen al continente Europeo, el 22,5% señalaron que son de origen Asiático, un 2,5% del continente Oceánico.

Análisis porcentual de lectura porcentual referente al origen continental del turista que visita la región Pariana.

El turismo en Venezuela se ha desarrollado considerablemente en las últimas décadas, particularmente por su favorable posición geográfica, la variedad de paisajes, la riqueza de la flora y fauna, las manifestaciones artísticas y el privilegiado clima tropical del país, que permite disfrutar de cada región (especialmente las playas) durante todo el año. Según la Organización Mundial del Turismo (2015):

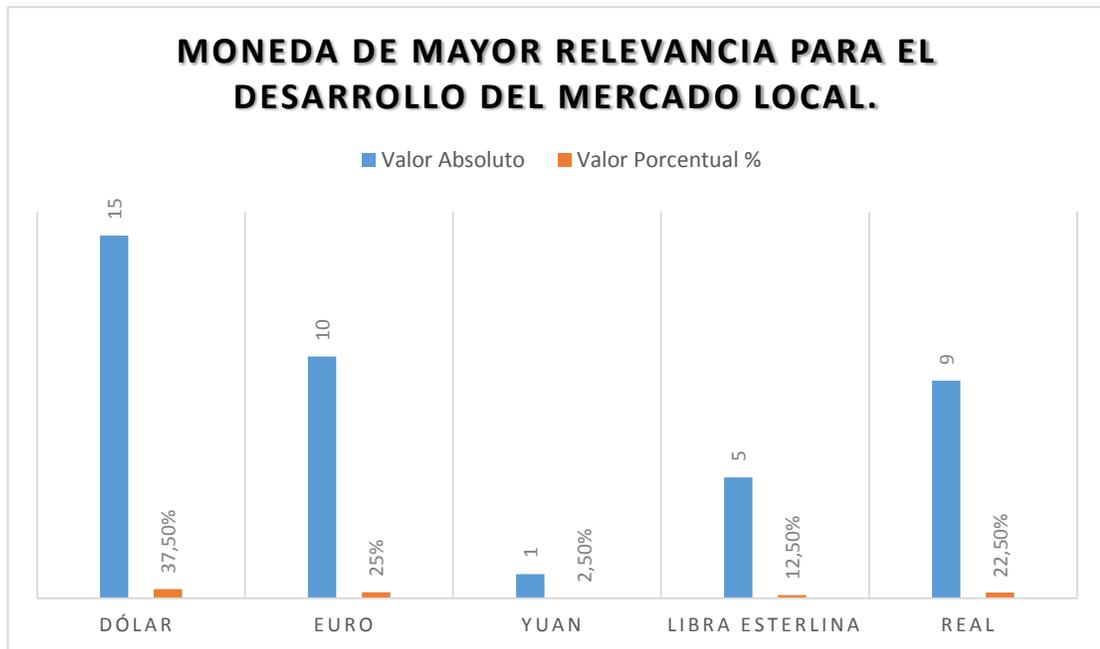
Venezuela ha recibido en promedio unos 800.000 visitantes al año siendo un 90% de origen americano, y un 5% de origen asiático, el estado venezolano plantea que para el 2020 un 4% de producto interno bruto sea del sector turístico.

sin embargo encontramos que los egresados de dicho programa consideran que 25% de los turistas que visitan la región Pariana son de origen americano, y 25% creen que los turistas que visitan la región de Paria pertenecen al continente europeo, el 22,5% señalaron que son de origen Asiático, un 2,5% considero que los visitantes pertenecen al continente oceánico y mientras tanto el 25% de los licenciados en turismo dijeron que los que realizan visitas a la región de Paria son de origen africano esto demuestra que los valores productivos de conocimiento del mercado no han sido internalizados por los egresados del PNFT claro está que estas percepciones contradicen las cifras de la Organización Mundial del Turismo y de Ministerio del Poder Popular para el turismo.

Distribución absoluta y porcentual referente a la moneda de mayor relevancia para el desarrollo del mercado local.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Dólar	15	37,5%
Euro	10	25%

Yuan	1	2,5%
Libra esterlina	5	12,5%
Real	9	22,5%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año; 2016

Lectura porcentual: En el cuadro porcentual se observa que el 37,5% de los egresados piensan que el Dólar, el 25% el Euro, el 22,5% considero que el Real, el 12,5% Libra esterlina, mientras que el 2,5% acota que el Yuan...

Análisis porcentual de lectura porcentual referente la moneda de mayor relevancia para el desarrollo del mercado local.

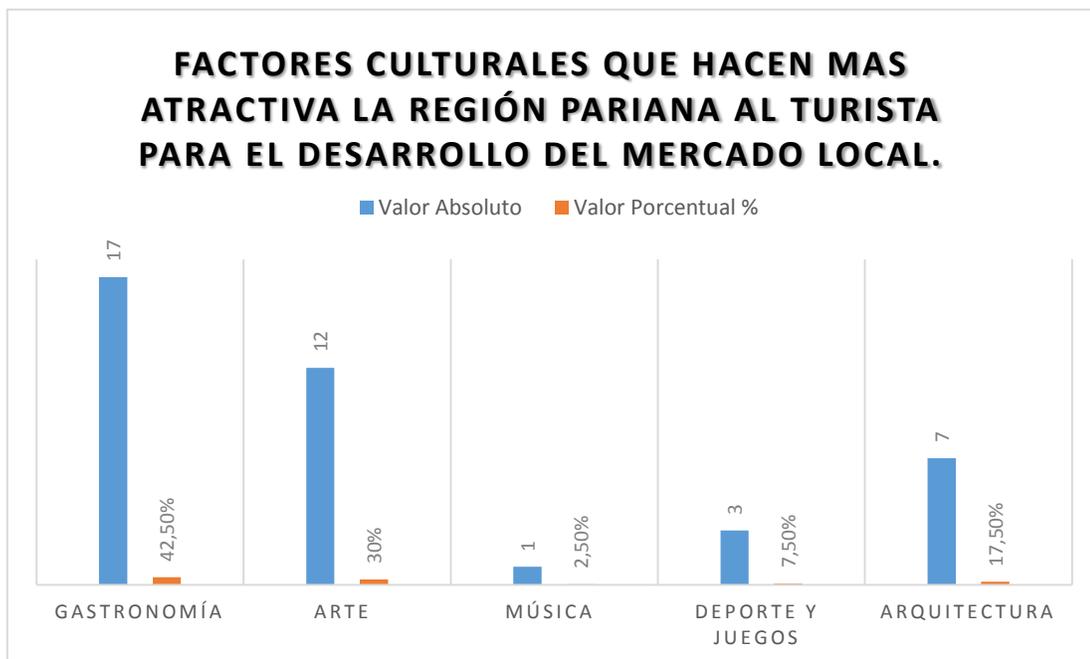
El turismo es uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía mundial, y los países en desarrollo intentan aprovechar esta industria para aumentar la inversión extranjera y sus reservas de divisas. El turismo se ha convertido en una de

las industrias más centralizadas y competitivas del mundo, y casi ningún otro sector económico ilustra tan claramente el alcance mundial de las empresas transnacionales. En los últimos años, la industria presionó a gobiernos de todo el mundo para que liberalizaran el comercio y la inversión en los servicios, y probablemente obtendrá enormes beneficios del acuerdo general sobre comercio de servicios, un pacto multilateral en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), por tal motivo se hace necesario conocer de donde provienen con mayor frecuencia los turista y el tipo de moneda que utilizara al llegar al país, dado a que en Venezuela existen políticas de control cambiario.

La población de estudio manifestó que se observa que el 37,5% de los egresados piensan que el Dólar es la moneda de más valor que podría desarrollar el mercado local, el 25% de los licenciados en Programa Nacional de Formación en Turismo creen que el euro desarrollaría el mercado local, en el caso de estas dos monedas se ven reflejadas con mayor ponderación porcentual debido a que los mercados mundos se comercia en relación a ellas, sin embargo han el caso de la región Pariana se hace más interesante según la frecuencia de visitantes extranjeros el yuan que solo fue tomado en consideración por el 2,5% de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo.

Distribución absoluta y porcentual referente al factor cultural que hace atractiva la Región Pariana al turista para el desarrollo del mercado local.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Gastronomía	17	42,5%
Arte	12	30%
Música	1	2,5%
Deporte y Juegos	3	7,5%
Arquitectura	7	17,5%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: Observar en el cuadro porcentual que el 42,5% de los egresados piensan que la gastronomía, el 30% el arte, el 17,5% considero que la arquitectura, el 7,5% el deporte y juegos, finalmente el 2,5% acota que la música desarrollaría el mercado local.

Análisis porcentual de lectura porcentual referente al factor cultural que hace atractiva la región Pariana al turista para el desarrollo del mercado local.

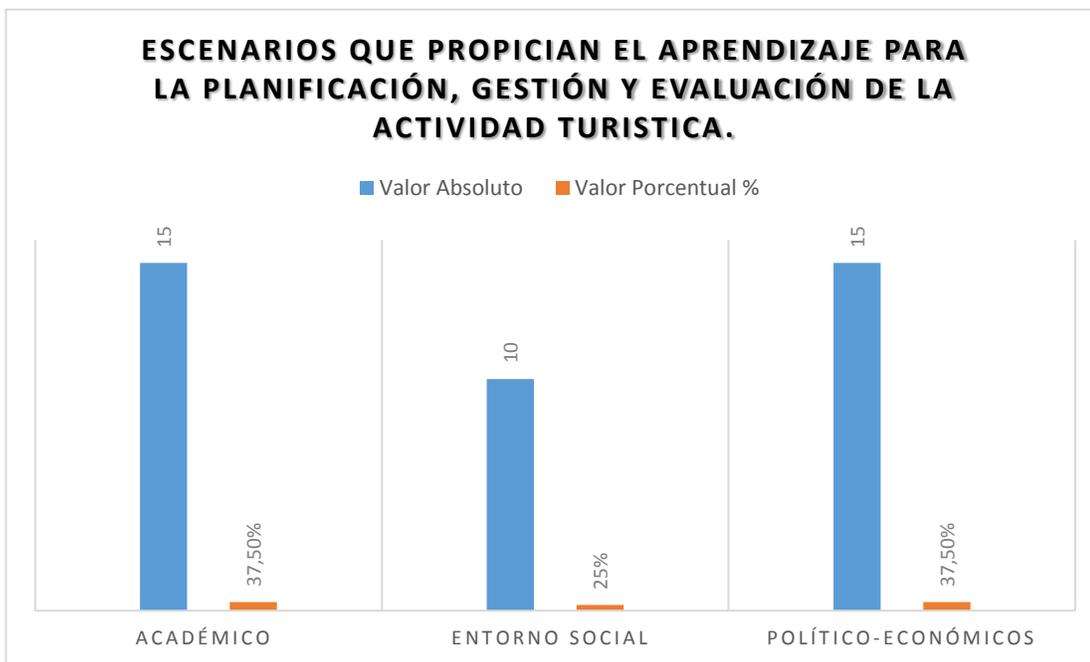
El turismo depende de la existencia y permanencia de ciertos atractivos socioculturales y políticos, naturales y artificiales. Su desempeño económico, social y ambiental demanda una amplia comprensión). Los factores culturales constituyen uno de los elementos más importantes y van a estar integrados por la gastronomía, el arte, la música, los juegos y la arquitectura.

Para la población estudio puede observar en el cuadro porcentual que el 42,5% de los egresados piensan que la gastronomía podría desarrollar el mercado local, el 30% de

los licenciados en Programa Nacional de Formación en Turismo creen que el arte es la actividad cultural más relevante que ayudaría a desarrollar el mercado local, según el centro de estudios internacionales del turismo cultural afirma: “los factores culturales que permiten mayormente el turismo son la gastronomía y artes”. Por otra parte el 17,5% considero que la arquitectura, el 7,5% de los licenciados en turismo pensaron que el deporte y juegos, finalmente el 2,5% acota que la música desarrollaría dicho mercado.

Distribución absoluta y porcentual referente al escenario que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de las actividades turísticas.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Académico	15	37,5%
Entorno Social	10	25%
Político-económicos	15	37,5%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez. Año: 2016.

Lectura porcentual: Del anterior cuadro porcentual se puede evidenciar que el 37,5% de los egresados consideran que el escenario académico, el 37,5% el político-económico y el 25% de los licenciados en Programa Nacional de Formación en Turismo creen que el entorno social propicia el aprendizaje de la actividad turística.

Análisis de la lectura porcentual referente a los escenarios que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de las actividades turísticas.

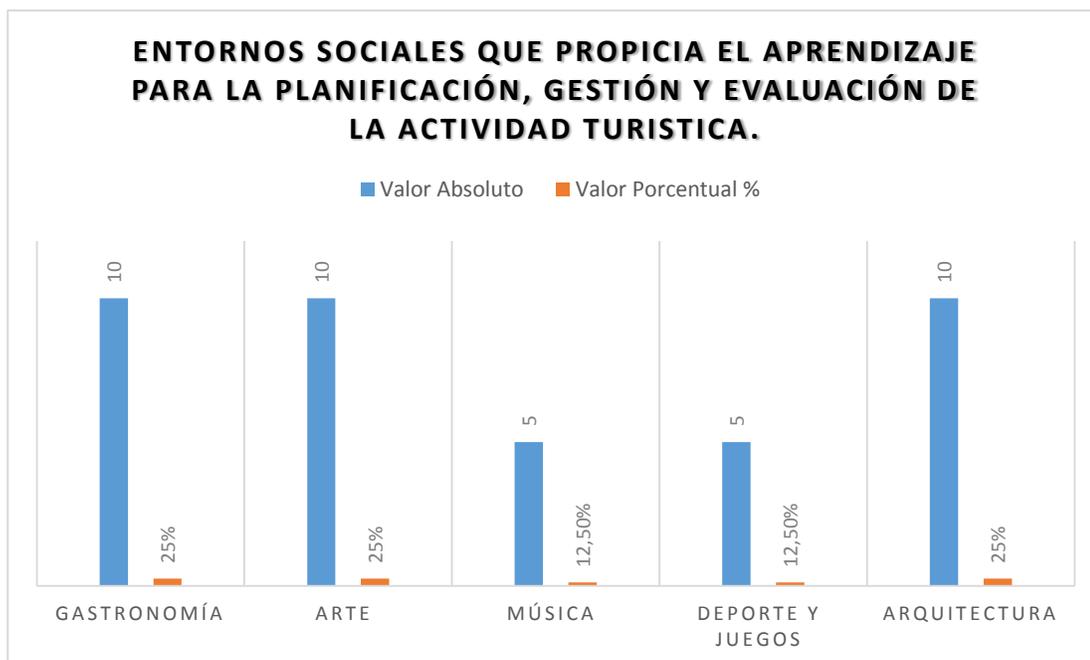
El aprendizaje es el proceso a través del cual se adquieren o modifican habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación. Este proceso puede ser analizado desde distintas perspectivas, por lo que existen distintas teorías del aprendizaje, en el caso particular del aprendizaje para la prestación de servicio turístico, estarán tres elementos en su conformación, que son académicos, entorno social y políticos económicos referente a los escenarios que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de las actividades turísticas.

En caso de esta investigación encontramos que la población de estudios considera que el 37,5% que el escenario académico que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística, el 37,5% considero que el escenario político-económico dándole importancia a el sistema político y los modos y medios de producción finalmente el 25% de los licenciados en Programa Nacional de Formación en Turismo creen que el entorno social propicia el aprendizaje de la actividad turística. Respondiendo de esta manera a los fundamentos curriculares y objetivos del programa nacional de formación en turismo busca el aprendizaje significativo, donde el egresado en turismo es constructor de su propio conocimiento relaciona los conceptos al aprender y les da un sentido a partir de la estructura

conceptual que ya posee, en otras palabras, construye nuevos conocimientos a partir de los conocimientos que ha adquirido anteriormente.

Distribución absoluta y porcentual referente al factor en el entorno social, que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Gastronomía	10	25%
Arte	10	25%
Música	5	12,5%
Deporte y Juegos	5	12,5%
Arquitectura	10	25%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016:

Lectura porcentual: En el cuadro porcentual se observa que de los profesionales en turismo 25% de acuerdo con la gastronomía, 25% el arte, 25% la arquitectura, 12,5%

la música y 12,5% cree que el deporte y juegos propician el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

Análisis de la lectura porcentual referente a los factores en el entorno social, que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

El actor social es el conductor de su aprendizaje, les da sentido propio y estructura conceptos nuevos a partir de los conocimientos que ya posee del entorno social. Además; construye sus nuevos conceptos en base a las experiencias que logra el mismo dentro de las estructuras sociales, a su vez dichas estructuras llevan al individuo a cambiar constantemente los conceptos que genera mediante la experiencia.

Por esta razón el profesional en turismo a través de las experiencias formativa dentro del entorno social y cultural de Paria, en su convivencia con la población, la geografía, los elementos ambientales y gastronómicos, generan nuevos conocimientos del turismo de la región y proyecta la visión de lo que podrían ser nuevas actividades sostenibles en el tiempo, para hacer atractivo este destino.

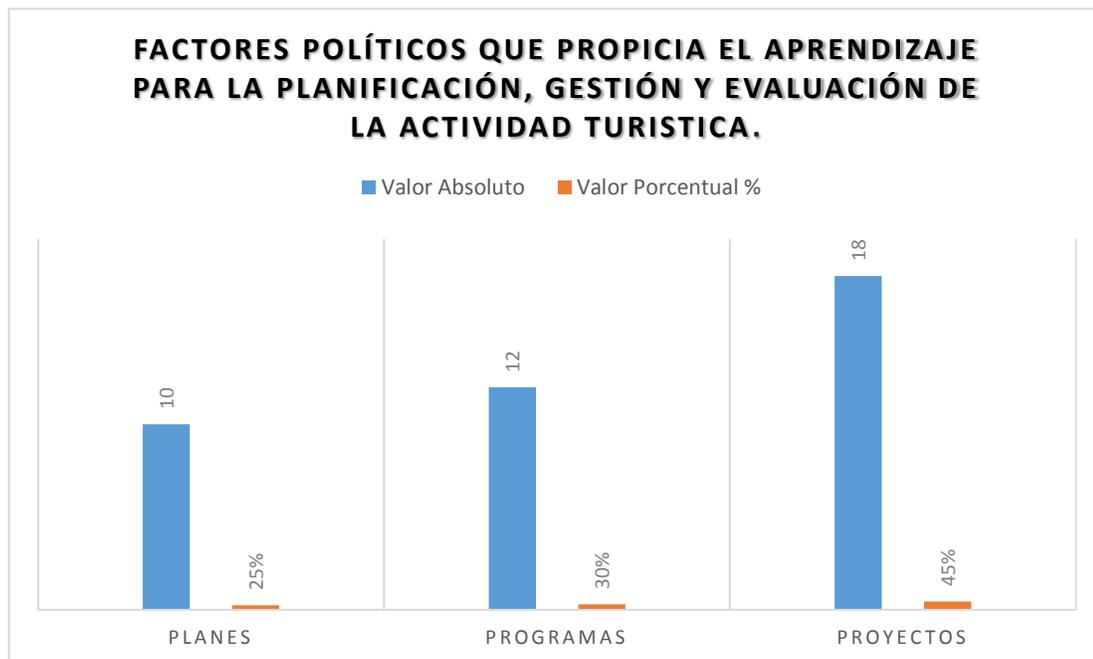
El ocio y la recreación como proceso civilizatorio, es parte del proceso de formación del profesional en turismo; el conocimiento implícito en el arte, la música, las historias de las arquitectura antiguas o modernas, la gastronomías de la región Pariana, el deporte y los juegos orientan al profesional en turismo a realizar planificación, gestión y evaluación de proyectos acordes con el tipo de turismo de la región.

De Los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo consideran estar el 25% de acuerdo con la gastronomía como parte del entorno social que les pueda garantizar desarrollo de gestiones que garanticen el aprendizaje de la cultura

local, el 25% dio igual importancia al arte de la Región, 25% más manifiesta que podrían generar planes y hacer gestiones para desarrollar la arquitectura para generar nuevas actividades atractivas al turista, 12,5% manifestó que por medio de la música el aprendizaje directo con el egresado, 12,5% cree que el deporte y juegos propician el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

Distribución absoluta y porcentual referente al factor político que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Planes	10	25%
Programas	12	30%
Proyectos	18	45%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: En el anterior cuadro porcentual el 45% considero que los proyectos, el 30% los programas, mientras que el 25% considero más relevante los

planes como el factor político idóneo para el aprendizaje para la planeación de la actividad turística.

Análisis de la lectura porcentual referente al factor político que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

Siendo el aprendizaje realizado en interacción con otros, sin dejar de ser un proceso individual, al mismo tiempo es un proceso social donde intervine el factor político; el conocimiento de estas políticas sociales favorece en el proceso de formación en el ámbito de la administración y gestión del turístico.

Por causa de la competitividad internacional mediante la introducción de tecnologías al mundo académico, los egresados deben aprender políticas públicas y privadas que los ayuden, para no verse cuartados por la política y hacer mejoras reales, al turismo local que tengas repercusiones desde su aplicación hasta la evaluación.

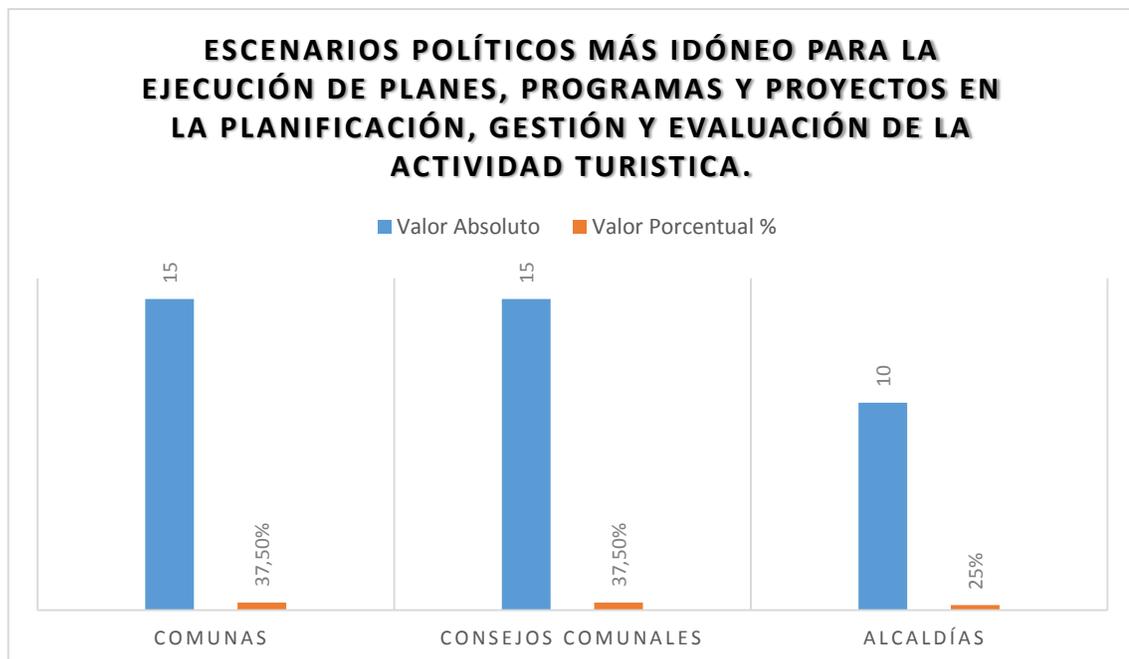
Teniendo claras las visiones del tipo de turismo que es propicio para la geopolítica de Paria, se pueden desarrollar planes, programas y proyectos, para esto el programa de formación en turismo proporciona incentivos para que tanto en el proceso de adquirir la licenciatura, como después de obtenida la profesionalización, se generen planificaciones que se financie y se lleve a término un proyecto conlleve recompensas monetarias para el mercado local.

Los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo dicen que 45% los proyectos son los más relevantes puesto que ya se consideran preparados con los estudios previos necesarios para tener claros las actividades que se deben desarrollar en la Región Pariana, el 30% la importancia de los programas turísticos que apunta principalmente a desarrollar el segmento del ecoturismo, pues está siendo

desarrollado como opción de crecimiento económico y social en nuestro país a través de sus respectivas comunidades, mientras que el 25% considero más relevante los planes como el factor político idóneo para el aprendizaje que den rumbo a unos objetivos de la actividad turística.

Distribución absoluta y porcentual referente al escenario político más idóneo para la ejecución de planes, programas y proyectos en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Comunas	15	37,5%
Consejos comunales	15	37,5%
Alcaldías	10	25%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: En el cuadro porcentual se observa que lo que consideran los egresados que constituyen el escenario político ideal para la ejecución de planes, programas y proyectos en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística 37,5% las comunas, el 37,5% los consejos comunales, el 25% considero que las alcaldías.

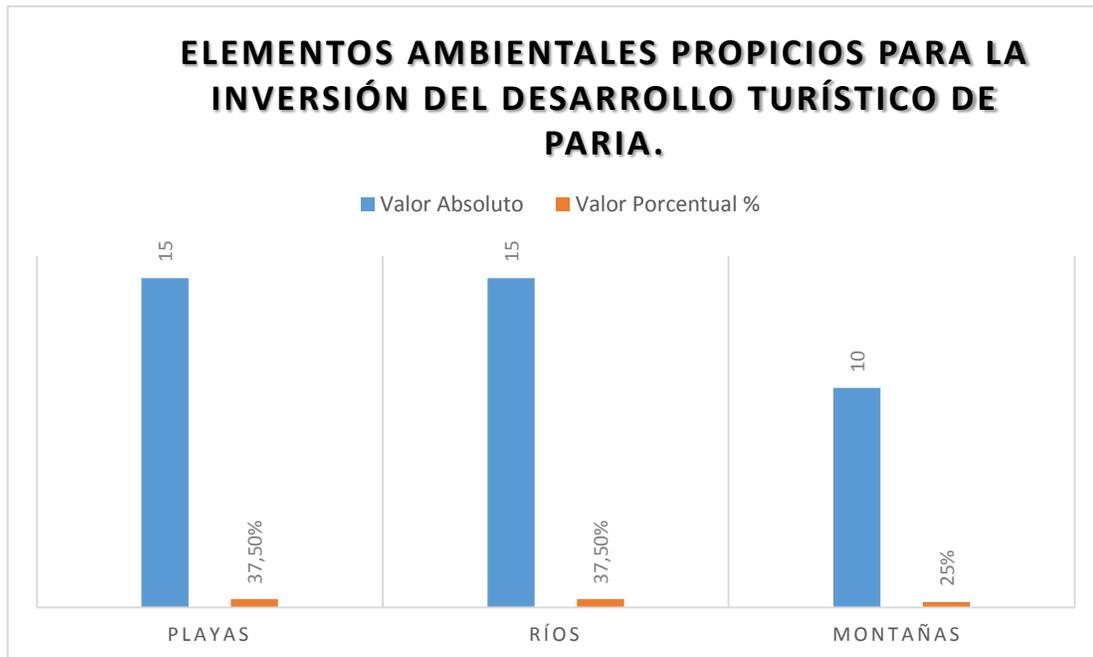
Análisis de la lectura porcentual referente a los escenarios políticos más idóneos para la ejecución de planes, programas y proyectos en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística.

La búsqueda de la descentralización del Estado, en los escenarios políticos actuales encontramos la razón por los que fueron creados los programas nacionales de formación en turismo para proponer pautas que ayuden a la participación comunitaria en el desarrollo del mercado turístico del país. En este sentido los consejos comunales, comunas responde a la lógica de la transformación del estado que promueven los PNF, en contra posición están las alcaldías en su conjunto organizativo y estratégico, claro está que si los actores involucrados proporcione sus actividades turísticas en cooperación, son la solución a problemas del entorno de colaboración de las necesidades comunitaria, así desarrollar planes, programas y proyectos, como también el seguimiento de las actividades turísticas.

Basados en las consideraciones del 37,5% con las comunas como parte de un todo se lograra escenarios idóneos que generen bienes comunitarios en pro de un servicio turístico de calidad, el 37,5% los consejos comunales por la participación comunitaria, que puedan inducir y poner en práctica de buena manera el desarrollo de la sociedad en pro de la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística y 25% de los egresados creen que se dependen de las alcaldías por las carencias, problemas de cada servicio básico y los servicios turísticos.

Distribución absoluta y porcentual referente al elemento ambiental propicio para la inversión del desarrollo turístico de Paria.

Variable	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Playas	15	37,5%
Ríos	15	37,5%
Montañas	10	25%
TOTAL	40	100%



Fuente: Alcalá y Rodríguez, Año: 2016.

Lectura porcentual: En este cuadro porcentual se puede ver que los egresados señalaron el elemento ambiental en donde se debe generar inversiones para desarrollar el turismo el 37,5% de que la playa es, 37,5% los ríos, mientras que un 25% considera idónea la inversión en montañas.

Análisis de la lectura porcentual referente a los elementos ambientales propicios para la inversión del desarrollo turístico de Paria.

Según como está conformada la península de Paria, de este a oeste se encuentran tres elementos ambientales en donde se puede invertir en turismo. La mayoría de las poblaciones están a sur de la península por ello es amplio el territorio propicio para la inversión.

Esta inversión está ligada al desarrollo de vías de acceso, seguridad integral, hospedajes que a y sistemas de transporte permita el óptimo aprovechamiento de la ventajas comparativas los profesionales en turismo consideran el 37,5% las playas porque la península de Paria cuenta con acceso Mar Caribe, estando esto en consonancia con las condiciones ambientales y los procesos diversos de índole turísticas que entorno a la playa se pueden ejecutar, por otra parte el 37,5% considera que los ríos dada a la el crecimiento de los ingresos monetarios debido a los balnearios, finalmente 25% en montañas por ser zonas de esparcimiento ubicadas al norte con actividades recreativas como lo son el turismo de exploración que tienden a caer directamente en el mar, razón por la que invertir en ello es importante.

CONCLUSIONES

En las palabras de Sabino, C. (2002: Pág. 145) nos habla de los procesos de la investigación:

Las conclusiones investigador, deben sintetizar los resultados de su investigación de forma que se puedan apreciar los conocimientos obtenidos en el trabajo de investigación producto, recomponer lo que el análisis ha separado, integrar todas las conclusiones y análisis parciales en un conjunto coherente que cobra sentido pleno.

Se puede definir de acuerdo a lo expuesto que; son resultados parciales de investigación realizada, por su parte en el estudio **“Determinar el Conocimiento en Proyectos Turísticos Endógenos de los Egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera” en Periodo 2015 – 2016.”** En trabajo de tesis; fue la identificación de tres factores principales:

- El diseño de proyectos turísticos endógenos consiste en la aplicación del conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas, por parte de los egresados del programa nacional de formación en turismo, allí encontramos el manejo de elementos metodológicos, políticos y económicos propios del Programa Nacional de Formación no han sido internalizados por sus egresados, dado a que la forma de diseño de proyectos turísticos requiere de planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar las metas específicas dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido, enmarcado en un modelo de gestión y desarrollo.
- El manejo de planificación estratégica en los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo se entiende como el proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos,

en cuanto a gestión y evaluación de proyectos turísticos endógenos, claro está que lo egresados del programa nacional de formación carecen de manejo de planificación estratégica, debido a la formas de observar los factores críticos que determinaran la forma de la cultura organizacional donde desarrollar el proyecto, entendiendo la planificación como herramienta que permita incidir y transformar el mercado local.

- El grado de observancia de posibles escenarios de inversión de proyectos turísticos endógenos donde conoceremos lo procesos evaluativos a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, se apoya en 3 aspectos: básicos: Operativo, técnico y económico. Existe un bajo grado de observancia debido a la forma de abordaje de las ventajas comparativas de la región Pariana sobre la ventaja competitiva que representa el recurso humano calificado, para el diseño, gestión y evaluación de proyectos turísticos endógeno factible.

También se debe resaltar que el Programa Nacional de Formación en Turismo de la República Bolivariana de Venezuela durante el periodo 2015-2016; trasciende los aspectos del diseño, gestión y evaluación de proyectos turísticos endógenos, que se sustenta en una racionalidad e intencionalidad que es abordada desde la perspectiva de la sociología del ocio que conlleva a comprender diversas conclusiones de perfil político, económico y cultural. Los Programas Nacionales de Formación, tienen una clara orientación a un modelo de desarrollo y a un sistema político, en la búsqueda de tener mano de obra calificada para el desarrollo funcional de dichos planes, claro está que esos valores productivos en el caso de PNFT no ha sido internalizados por el único resultado tangible de dicho programa que no es más que los egresados.

RECOMENDACIONES

El Doctor y catedrático Valderrama, S. (2007: Pág. 275) señala que:

Es importante considerar las implicaciones de los hallazgos tanto para la práctica o procesos de trabajo, como para la toma de decisiones. Así mismo deben identificarse nuevos vacíos en los conocimientos o nuevos problemas de la práctica y proponer nuevas interrogantes para la investigación.

Es por ello que dejando por sentado las conclusiones anteriores, es necesario presentarles las siguientes recomendaciones, con el fin de que las autoridades del Programa Nacional de Formación en Turismo puedan tomar las consideraciones para hacer las transformaciones necesarias para las mejoras de diseños y gestión de proyectos turísticos endógenos:

- A) Las políticas educativas deben ser orientadas a incluir carreras con pertinencia a las potencialidades de las regiones así como también en su contenido programático enfatizar en los valores productivos en el perfil del egresado. Esto con el fin de lograr una mejor sinergia de desarrollo en términos de vincular las ventajas comparativas con las ventajas competitivas que consiste en el valor agregado originado por el conocimiento.
- B) Promover la creación de círculos de estudios, donde se fomente la creación de proyectos.
- C) Fomentar la participación de los estudiantes y egresados en eventos académicos.
- D) Establecer talleres de inducción en cuanto a metodología.
- E) Fortalecer la presentación de proyectos utilizando herramientas como la planificación estratégica.
- F) Incentivar al conocimiento de las realidades del mercado local.
- G) Proponer ante los órganos del Estado, posibles soluciones para la mejora de la actividad turística.

- H) Transformar el modelo educativo en cuanto a la enseñanza del conocimiento turístico.
- I) Vincular el programa de formación con los prestadores de servicio turístico.
- J) Promover el uso de las TIC para la captación de turista y el desarrollo local del mercado.
- K) Promover la creación de empresas que sean direccionadas por los egresados del programa nacional en turismo.
- L) Vincular la planificación turista con las instituciones y organizaciones nacionales del turismo Instituto Nacional de Turismo, Venezolana de Turismo Sociedad Anónima, Instituto Nacional de Capacitación y Recreación de los Trabajadores, etc.
- M) Fomentar la marca país y llevar las exigencias actuales y reales del mercado turístico.
- N) Establecer talleres de formación en relación a la tipología del turismo que se puede desarrollar en Paria.
- O) Diseñar programas de protección medio ambiental para disminuir el impacto negativo en los espacios naturales.
- P) Fomentar las alternativas ecoturistas en los estudiantes y egresados del programa de formación.
- Q) Promover la creación de centros de investigación turísticas.
- R) Vincular a los egresados con organizaciones de carácter internacional como la Organización mundial del turismo.
- S) Promover pasantías que permitan al estudiante formarse en los aspectos prácticos antes de ser egresado.
- T) Establecer mayor importancia el manejo de idiomas extranjeros tales como: el inglés que permite ofrecer ventajas competitivas en el mercado.
- U) Fomentar nuevas formas de hacer turismo hacia la región Pariana.
- V) Dictar talleres de planificación, diseño, gestión y evaluación de los proyectos turísticos.

- W) Diseñar planes, programas y proyectos que permitan hacer de nuestras condiciones geoespaciales ventajas competitivas.
- X) Estimular el acompañamiento técnico profesional de los egresados pequeños y medianos prestadores de servicios turísticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Moreno, A. (2014), Revista espacios. Vol. 35 (Nº 1-Especial) Editorial; Arnoldo Pírela.
- Balestrini, A. (2006), metodológico de la investigación, consultores asociados, servicio editorial, Caracas, Venezuela, 6a
- Bravo, R. (2006), los tipos de investigación, editoriales trillas.
- Briceño, L (2000), Laboratorio de Ciencias Sociales (LACSO), [fuente electrónica],
<http://www.juri.ucv.ve:8080/ICP/Clase%20inagural%20del%20seminario.pdf>
- Bunge, M. (1981), La Ciencia: Su método y su filosofía/ por Mario Bunge. Pie de Imprenta, Buenos Aires: Siglo Veinte.
- La Organización de Naciones Unidas (1948) comercio y desarrollo, [Documentación en línea],
https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/havana_s.pdf
- Conferencia de las Naciones Unidas (2013), comercio y desarrollo, turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible, Ginebra, [Documentación en línea],
http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2_sp.pdf
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), litográfica H.R.B.
- Chomsky, N. (2005), poder e ideología, Boston.
- Documentos básicos de la Organización Mundial del Turismo, (2016) Glosario Básico, [Documentación en línea],
<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/130726basicdocumentsspweb.pdf>
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Dumazedier, J. (1962), ocio como proceso civilizatorio; hacia una cultura de ocio, editorial umbral, París.

- Fidias, A. (2006), el proyecto de investigación guía para su elaboración, editorial episteme, ediciones Caracas.
- Galeano, E. (2015), [Documentación electrónica], http://elpais.com/diario/1994/04/09/opinion/765842411_850215.html
- Hernández, R. (2006), metodología de la investigación, editorial Mc Graw Hill. México.
- Hurtado, J. (2012), procesos de la investigación, Caracas, editorial sypal.
- Informe del Ministerio para el Poder Popular para el Turismo (2015) [Documentación en línea], <https://transparencia.org.ve/wp-content/uploads/2016/07/Memoria-2014-5.pdf>
- Knebel, H (1974), Sociología del Turismo. Hispano - Europea. Barcelona.
- Gastón, J y Cañada, E, (2007), mitos del turismo, [Documentación en línea] www.ccpy.gob.mx/ecologia-humana/documentos/EH_CC_Art10.pdf
- Ley Orgánica del Turismo Gaceta Oficial Extraordinaria de la República Bolivariana de Venezuela (2014). N° 6.152.
- Martínez, M. (2010), la investigación cualitativa y su síntesis conceptual, editoriales trillas.
- Martínez, E. (2003), metodología de la investigación, [Documentación en línea], <https://www.ucla.edu.ve/dac/vijornadas/pdf/rosalinda.pdf>
- Ministerio de Educación Universitaria en su proyecto de Programa Nacional de Formación en Turismo (2014). Enero, Caracas.
- Normativa de la Universidad Nororiental Gran Mariscal de Ayacucho (UGMA) (2002), , [Documentación en línea] <http://unpgma.edu.ve/ugma/reglamentos-y-resoluciones/reglamentos-para-lineas-de-investigacion/>
- Oficina de Planificación del Sector Universitario (2013) [Documentación en línea], <http://www.opsu.gob.ve/>
- Perroux, F. (1970) alienación, L' économie du XXème siècle. Presses Universitaires de France, Paris.

- Plog, S. (1974), Norms, culture, and world politics: insights from sociology's, Buenos Aires: Paidos.
- Programa Nacional de Formación para el Turismo la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela (2011). N° 39721
- Sabino, C. (2002), El proceso de la investigación científica". México: LIMUSA.
- Salking, N. (2008:), "Métodos de investigación", Caracas.
- Stracuzzi, P. Martins, F. (2010), investigación cuantitativa y cualitativa, México (s/f).
- Valderrama, S. (2007), El Producto Turístico, (s/f).

ANEXOS



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE-CARÚPANO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

La presente encuesta tiene como objetivo fundamental Conocer la percepción y apreciación de los beneficiarios académicos del Programa Nacional de Formación en Turismo, en relación a: El conocimiento en cuanto a diseño, gestión y evaluación de proyectos turísticos endógenos de la Región Pariana.

Determinar el conocimiento en proyectos turísticos endógenos de los egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera” en el periodo 2015 – 2016.

Cabe señalar que la información que usted suministrará será confidencial y únicamente se utilizará para fines netamente académicos; en este sentido, no es necesario que revele su identidad. Se le agradece responder cada ítem con la mayor sinceridad posible.

GRACIAS.

Br. Alcalá, Emilhluis

Br. Rodríguez, Raisabel

Carúpano, Marzo de 2016.

Instrucciones:

Se recomienda leer cuidadosamente cada una de las preguntas antes de responderlas. El siguiente cuestionario se responderá, marcando con una (X) la respuesta que sea de su preferencia. Cualquier duda en relación a las preguntas pedirle explicación al facilitador.

1) ¿Cuál es el elemento que integraría su gestión en la dirección de un proyecto turístico?

A. Monopolio __ B. Oligopolio __

2) ¿Cuál es la figura organizativa que escogería para el óptimo desempeño de tu profesión?

A. Empresa de producción social __ B. Cooperativas __
C. Compañía anónimas __ D. Sociedades anónimas __

3) ¿Cuál es el tipo de turismo que se desarrollan en la Región Pariana?

A. Por ocio y recreación __ B. Por deporte __ C. Cultura __
D. Ecoturismo __ E. Por negocio __

4) ¿Según el desarrollo turístico de Paria que tipo de hospedaje es conveniente invertir?

A. Hoteles __ B. Posadas __ C. Resort __

5) ¿Cuál es el factor que constituyen las TIC en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística?

- A. Ventajas competitivas ___ B. Medios lucrativos ___
C. Medios Informativos ___ D. Medios informativos ___ E.
Medios interactivos ___

6) ¿Cuál es el factor que es atractivo al turista para el desarrollo del mercado local?

- A. Población ___ B. Poder adquisitivo ___ C. Geo-política ___ D.
Seguridad ___ E. Elementos de patrimonio cultural ___ F.
Socio-económico ___ G. El poder adquisitivo ___

7) ¿Cuál es el idioma que debe manejar el egresado del PNFT para el desarrollo del mercado local?

- A. Español ___ B. Ingles ___ C. Mandarín ___ D. Árabe ___ E. Alemán ___ F.
Ruso ___

8) ¿Según la frecuencia cual considera usted que es el origen continental de los turistas que visitan la Región Pariana?

- A. Americano ___ B. Europeo ___ C. Asiático ___ D. Oceánico ___ E.
Africano ___

9) ¿Cuál es la moneda de mayor relevancia para el desarrollo del mercado local?

- A. Dólar ___ B. Euro ___ C. Yuan ___ D. Libra esterlina ___ E. Real ___

10) ¿Cuál es el factor cultural que hace atractiva la Región Pariana al turista para el desarrollo del mercado local?

- A. Gastronomía ___ B. Arte ___ C. Música ___ D. Deporte y Juegos ___
E. Arquitectura ___

11) ¿Cuál es el escenario que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de las actividades turísticas?

A. Académico __ B. Entorno social __ C. Político económico __

12) ¿Cuál cree usted que es el factor en el entorno social, que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística?

A. Gastronomía __ B. Arte __ C. Música __ D. Deporte y Juegos __
E. Arquitectura __

13) ¿Cuál cree usted que es el factor político que propicia el aprendizaje para la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística?

A. Planes __ B. Programas __ C. Proyectos __

14) ¿Cuál es el escenario político que considera usted más idóneo para la ejecución de planes, programas y proyectos en la planificación, gestión y evaluación de la actividad turística?

A. Comunas __ B. Consejos comunales __ C. Alcaldías __

15) ¿Cuál elemento ambiental es propicio para la inversión del desarrollo turístico de Paria?

A. Playas __ B. Ríos __ C. Montañas __

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO

El Programa Nacional de Formación en Turismo, constituye un proyecto curricular de orientación humanista-social-dialéctica, prospectivo comprensivo e interdisciplinario, que pretende la formación de profesionales del Turismo para incorporarse efectivamente a equipos interdisciplinarios responsables de la organización, planificación, ejecución, control y evaluación de los servicios y recursos turísticos para la satisfacción de los deseos, expectativas y necesidades de los turistas, brindándoles un servicio integral y de calidad.

Esta formación le permitirá a los ciudadanos y ciudadanas contribuir, en la actividad turística en general de tal manera que les permita actuar profesionalmente en las áreas de alojamiento turístico, transporte turístico, en las empresas de alimentos y bebidas, guiatura de turismo, en la gestión turística que se desarrolle en los entes tanto públicos como privados que se dedican a la planificación turística, la comercialización y promoción de productos turísticos de los diferentes destinos que pertenecen a la superestructura turística, las empresas intermediarias tales como: agencias de viaje, mayoristas de turismo, organizadores de eventos, banquetes y protocolo, y las empresas complementarias como las de recreación, entre otras.

Por consiguiente, deben vincularse y comprometerse de manera ética con su entorno histórico-cultural-ambiental, desde una perspectiva sustentable, para participar y coadyuvar con la atención interdisciplinaria de los diferentes sectores locales, regionales y nacionales e internacionales, orientados al logro del desarrollo turístico sustentable que tanto se quiere.

Misión

Formar profesionales en Turismo, con principios y valores éticos, humanísticos y con sensibilidad hacia la cultura del servicio, capaces de planificar, coordinar, ejecutar y evaluar la gestión turística, mediante el uso racional de los recursos y las buenas prácticas, respondiendo a las necesidades de las comunidades a través de un modelo productivo e integrador en el marco de los objetivos del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación.

Visión

Ser reconocido como un Programa Nacional de Formación, innovador, integral, dinámico y líder en la formación y actualización de profesionales en Turismo que contribuyan a la transformación de su entorno y de la sociedad mediante la investigación, la socialización de saberes y la aplicación de metodologías para fortalecer y posicionar a Venezuela como destino turístico de referencia para el mundo.

Objetivos del Programa Nacional de Formación en Turismo

a) Formar un profesional integral, promotor de la transformación social, formado científica, técnica, y humanísticamente, con una visión clara de la realidad y potencialidades turísticas locales, regionales, nacional, latinoamericana y caribeña, que utilice sus conocimientos materializándolos en actividades turísticas, donde incluya a todos los actores de las comunidades (educativas, colectivos, entre otros),

en la preservación, conservación del patrimonio nacional en su valor: histórico-cultural (arquitectura, yacimientos, glifos, petroglifos, artesanía, gastronomía, dulcería, danzas, mitos y leyendas); biológico (reservorios de fauna, flora); económico-turístico (planes, programas, diseño de productos y servicios turísticos) y endógeno.

b) Apoyar a las comunidades locales, regionales y nacionales en el desarrollo endógeno de las mismas, vinculándose con los consejos comunales, comunas, colectivos en general y organizaciones productivas a través de la planificación democrática, participativa y protagónica de los actores del sector, promoviendo la creación de organizaciones socio productivas que les permita elevar la calidad de vida, por medio del diseño, producción, distribución, consumo de bienes y servicios, especialmente en el ámbito turístico.

c) Formar profesionales con conocimientos, habilidades y destrezas en áreas de su competencia que le permitan vincular estrechamente a las comunidades locales, regionales y nacionales para el desarrollo de productos turísticos (alojamiento, organización de viajes, excursiones, transportación, alimentos y bebidas, recreación) destacando los beneficios que representan la prestación de un servicio de calidad.

d) Aprovechar la diversidad paisajística del patrimonio nacional: selva, lagunas, ríos, montañas, islas, entre otras, en la búsqueda de alternativas que potencien el desarrollo integral de la actividad turística, tomando en consideración las características propias de cada localidad, región y nación, que la lleven a convertirse en un factor decisivo de mejoramiento y cambio bajo los principios de justicia social e inclusión, que le permitan ocupar lugares destacados en el ámbito nacional, latinoamericano y caribeño.

e) Promover activamente la articulación y cooperación solidaria entre las instituciones de educación universitaria con los organismos del Estado, empresas y organizaciones sociales, con la finalidad de construir, compartir conocimientos, saberes, experiencias para la generación, transformación y apropiación social del conocimiento en turismo, al servicio de la nación.

f) Promover la movilidad académica nacional de participantes y facilitadores entre las instituciones de educación universitaria, la producción y distribución y uso compartido de recursos educativos, así como la formación permanente de los docentes.

g) Vincular la formación de los participantes con los objetivos del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, en especial con la construcción de un nuevo modelo productivo en el sector turístico.

Hoja de Metadatos

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/5

Título	El conocimiento en proyectos turísticos endógenos de los egresados de la universidad politécnica territorial de paria “luis mariano rivera” en periodo 2015 – 2016.
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Alcalá F., Emilhluis J.	CVLAC	21.010.375
	e-mail	emilhluis@gmail.com
Rodríguez H., Raisabel C.	CVLAC	19.707926
	e-mail	raisabelr@gmail.com

Palabras o frases claves:

proyectos turísticos endógenos
programa nacional de formación en turismo

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Sociales	Sociología

Resumen (abstract):

El desarrollo endógeno se entiende como el modelo de desarrollo que busca potenciar las capacidades internas de una región o comunidad local; en la búsqueda de fortalecer la sociedad y su economía de adentro hacia afuera, para que sea sustentable y sostenible en el tiempo. Es importante señalar que en el desarrollo endógeno el aspecto económico es importante, pero no lo es más que el desarrollo integral del colectivo y del individuo: en el ámbito moral, cultural, social, político, y tecnológico. El desarrollo endógeno ha sido una consigna permanente de la actual gestión gubernamental, priorizando en su política educativa, orientado a la formación profesionales con la capacidad de formulación, gestión y evaluación de proyectos de carácter endógeno en sus Programas Nacionales de Formación. El punto central de este trabajo es Determinar el Conocimiento en Proyectos Turísticos Endógenos de los Egresados del Programa Nacional de Formación en Turismo de la Universidad Politécnica Territorial de Paria “Luis Mariano Rivera” en Periodo 2015 – 2016. Entendiendo que el resultado de la formación está en sus egresados, de esta forma se podrá determinar la capacidad desarrollar sectores priorizados como es el turismo en la búsqueda del Estado como rector de una sociedad de economía mixta, que promoverá un nuevo modelo de desarrollo económico y social, endógeno e incluyente.

Descriptores: Desarrollo Endógeno, Programa Nacional de Formación en turismo.

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail	
Tovar, Albaro	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input checked="" type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	11.440.084
	e-mail	albarotovar@hotmail.com
	e-mail	
Lara, Miguel	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	15.114.848
	e-mail	Miguelara1@hotmail.com
	e-mail	
Marcano, Isbeida	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	17.957.005
	e-mail	Isbeida_Marcano@hotmail.com
	e-mail	

Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2016	10	28

Lenguaje: Español

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/5

Archivo (S):

Nombre de Archivo	Tipo NIME
Tesis Alcalá y Rodríguez. docx	Aplicación/Word

Alcance:

Espacial: Universal

Temporal: Intemporal

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciatura en Sociología

Nivel Asociado con el Trabajo: LICENCIATURA

Área de Estudio:

Sociología

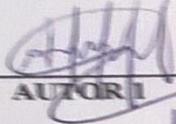
Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente

Derechos:

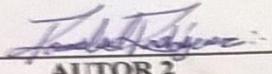
Se le ceden a la Universidad de Oriente los derechos de autor y Publicación, para ser usados referencia de investigaciones referentes al tema.

Alcalá, Emilliois



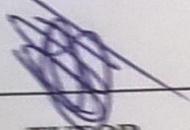
AUTOR 1

Rodríguez, Kaisabel



AUTOR 2

Tovar, Alvaro



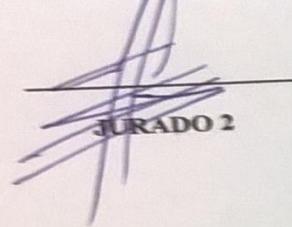
TUTOR

Marcano, Isbeida



JURADO 1

Lara, Miguel



JURADO 2