

9.9%

Fecha: 2024-02-27 21:08 UTC

* Todas las fuentes 61 | Fuentes de internet 58 | Documentos propios 3

- ✓ [0] 1library.co/article/realizaciones-técnicas-científicas-y-artísticas.ozl3606z
2.4% 27 resultados

- ✓ [1] www.decameron.com/es/pe-documentos/aprobacion-reglamentos-establecimientos-hospedaje
2.3% 28 resultados

- ✓ [2] 1library.co/document/zlnrnv2q-diseno-turistica-canton-comunidad-runtun-provincia-tungurahua-ecuador.html
1.8% 18 resultados

- ✓ [3] www.apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-ESTABLECIMIENTO-DE-HOSPEDAJE.pdf
2.0% 18 resultados

- ✓ [4] plusmagtv.com/2020/12/14/los-6-elementos-del-sistema-turistico/
1.2% 10 resultados

- ✓ [5] www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/29490.pdf
1.0% 16 resultados

- ✓ [6] 1library.co/article/resultados-entrevista-resultados-investigacion.q2n1j0jq
1.0% 9 resultados

- ✓ [7] "2. Human y Mejía.pdf" fechado del 2024-02-25
0.6% 16 resultados

- ✓ [8] www.researchgate.net/publication/358807713_Motivation_for_traveling_and_tourist_satisfaction_in_function_of_personality_factors
0.8% 7 resultados

- ✓ [9] [aulasvirtuales.bue.edu.ar/pluginfile.php/7996/mod_folder/content/0/Introducción al Turismo. OMT/El Turismo como actividad económica_OMT_Cap](https://aulasvirtuales.bue.edu.ar/pluginfile.php/7996/mod_folder/content/0/Introducción%20al%20Turismo.%20OMT/El%20Turismo%20como%20actividad%20económica_OMT_Cap)
0.7% 8 resultados

- ✓ [10] "CARRERA Y CUZCO.pdf" fechado del 2024-02-27
0.2% 14 resultados

- ✓ [11] unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf
0.6% 3 resultados

- ✓ [12] elcomercio.pe/vamos/noticias/turismo-interno-peru-alcanzo-los-34-millones-de-viajes-turismo-ica-lima-piura-noticia/
0.5% 5 resultados

- ✓ [13] www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/25915/3.3.1.2._Pol_tica_Nacional_Tur_stica_6oct15.pdf
0.6% 3 resultados

- ✓ [14] www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo_cyd.pdf
0.5% 4 resultados

- ✓ [15] www.mabelcajal.com/2020/01/que-es-el-turismo-definiciones-turisticas.html/
0.5% 3 resultados

- ✓ [16] www.um.es/documents/3239701/9597895/Turismo1c.pdf/372fcb34-cdd2-4132-b557-4b663f8402a1
0.5% 3 resultados

- ✓ [17] noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ib-l8-2012.html
0.4% 6 resultados

- ✓ [18] www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.pdf
0.5% 3 resultados

- ✓ [19] www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000100003
0.4% 5 resultados



























- ✓ [20] www.bing.com/ck/a?!&&p=e5a6118ea59ce747JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0xMmZmZTMzMzMyOxNWlYLTZhNzQtMGU3NS1mNzA
0.3% 3 resultados

- ✓ [21] www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo/
0.3% 2 resultados

- ✓ [22] "CUENTAS POR PAGAR Y CONTROL INTERNO EN LA EMPRESA DE SERVICIOS EDUCATIVOS IGEP, CAJAMARCA 2023 (1).pdf" fechado del 2024-02-27
0.0% 5 resultados

- ✓ [23] www.bing.com/ck/a?!&&p=70ac6c25518ff76JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0xMmZmZTMzMzMyOxNWlYLTZhNzQtMGU3NS1mNzA
0.3% 3 resultados

- ✓ [24] www.educativo.net/articulos/que-es-la-industria-hotelera-885.html
0.2% 2 resultados

-
- [25]  www.researchgate.net/publication/318730360_Metodos_cientificos_de_indagacion_y_de_construccion_del_conocimiento
0.2% 3 resultados
-
- [26]  www.monografias.com/trabajos20/oferta-demanda/oferta-demanda
0.2% 5 resultados
-
- [27]  www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf
0.2% 3 resultados
-
- [28]  www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos
0.2% 2 resultados
-
- [29]  www.bing.com/ck/a?!&&p=de95f44ef0878e8eJmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0wYzAyZmEwZC1lMjNlTY1YWmtMzkzNC1lZTNn
0.2% 2 resultados
-
- [30]  www.bing.com/ck/a?!&&p=ebac22024da58b3eJmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0wYzAyZmEwZC1lMjNlTY1YWmtMzkzNC1lZTNn
0.2% 2 resultados
-
- [31]  www2.fue.uji.es/gesfue2/doc_fue/docs/jornadas/15turismo/motivaciones.pdf
0.2% 4 resultados
-
- [32]  www.entornoturistico.com/que-motiva-a-viajar-a-las-personas/
0.2% 2 resultados
-
- [33]  www.researchgate.net/publication/282897648_Tourism_sustainable_development_and_perception_of_stakeholders_A_case_study_in_Dominican_Re
0.1% 3 resultados
-
- [34]  www.bing.com/ck/a?!&&p=82b2922b87cc2e8eJmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0wYzAyZmEwZC1lMjNlTY1YWmtMzkzNC1lZTNn
0.2% 2 resultados
-
- [35]  www.researchgate.net/profile/Carolina-Avalos-2/publication/289076253_Mixed_Methods_Introduccion_Part_1/links/5688e07008ae051f9af72cc6/Mi
0.1% 3 resultados
-
- [36]  www.bing.com/ck/a?!&&p=04dfaa58738b2c58JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0xMmZmZTMzMy0xNWlyLTZhNzQtMGU3NS1mNz
0.2% 2 resultados
-
- [37]  www.researchgate.net/publication/367695659_El_impacto_de_las_practicas_ecoeficientes_en_hoteles_urbanos_de_5_estrellas_en_el_Peru/fulltext/63
0.1% 4 resultados
1 documento con coincidencias exactas
-
- [39]  www.bing.com/ck/a?!&&p=9c1cc2d4a6b471aaJmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0wYzAyZmEwZC1lMjNlTY1YWmtMzkzNC1lZTNn
0.1% 2 resultados
-
- [40]  www.bing.com/ck/a?!&&p=6e09d2500166cb66JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0xZmQ0NDNlMzMy0xNWlyLTZhNzQtMGU3NS1mNz
0.1% 2 resultados
-
- [41]  www.bing.com/ck/a?!&&p=5b577c3447614276JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0wYzAyZmEwZC1lMjNlTY1YWmtMzkzNC1lZTNn
0.2% 2 resultados
-
- [42]  library.co/article/sistema-turistico-teoria-general-sistemas-turismo-sustentabilidad.q05r40el
0.1% 2 resultados
-
- [43]  manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/10268/1118820299.pdf?sequence=1
0.1% 3 resultados
1 documento con coincidencias exactas
-
- [45]  www.bing.com/ck/a?!&&p=168bb3070ca94170JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0wYzAyZmEwZC1lMjNlTY1YWmtMzkzNC1lZTNn
0.1% 1 resultados
-
- [46]  www.recimundo.com/index.php/es/article/download/860/1560?inline=1
0.1% 2 resultados
-
- [47]  www.researchgate.net/publication/312588411_Motivacion_y_satisfaccion_turistica_en_los_festivales_del_vino_XXXI_ed_cata_del_vino_Montilla-N
0.0% 3 resultados
-
- [48]  repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/6536/Tesis_Incidencia_Descenso_Bóveda_Alumnos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
0.1% 2 resultados
-
- [49]  www.monografias.com/trabajos84/motivacion-turista/motivacion-turista
0.1% 2 resultados
-
- [50]  www.researchgate.net/publication/341578700_Informacion_turistica_en_el_contexto_de_un_destino_territorial_-_Terryconsultores
0.1% 2 resultados
-
- [51]  context.reverso.net/translation/spanish-english/presente_investigación_tuvo
0.0% 2 resultados
-
- [52]  www.bing.com/ck/a?!&&p=b475418cf269c6ebJmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0xMmZmZTMzMy0xNWlyLTZhNzQtMGU3NS1mNz
0.1% 2 resultados

- [53] www.bing.com/ck/a?!&&p=3c344fb58df9f77eJmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0wMDcwNmYwZi0xZjQwLTY3NzEtMjhjMS03YjNkM
0.1% 2 resultados

- [54] www.bing.com/ck/a?!&&p=d26f7fb29f9f3e47JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0xZmQ0NDNlMS0yNmRhLTlyZnJlAtM2NjYy01N2QzV
0.1% 1 resultados

- [55] dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6586849.pdf
0.1% 1 resultados

- [56] www.soloejemplos.com/ejemplos-de-justificacion-teorica-practica-y-metodologica/
0.0% 2 resultados

- [57] es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/
0.1% 2 resultados

- [58] noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ic-119-2003.html
0.0% 1 resultados

- [59] [www.linguee.com/spanish-english/translation/extendemos nuestro agradecimiento.html](http://www.linguee.com/spanish-english/translation/extendemos_nuestro_agradecimiento.html)
0.0% 1 resultados

- [60] www.bing.com/ck/a?!&&p=cff9013e429e2f89JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0wYzAyZmEwZC1lMjNlTY1YWmtMzkzNC1lZTNm
0.0% 1 resultados

- [61] [www.linguee.com/spanish-english/translation/en su mayoría están compuestos.html](http://www.linguee.com/spanish-english/translation/en-su-mayoria-estan-compuestos.html)
0.0% 1 resultados

- [62] www.bing.com/ck/a?!&&p=cc11e1bf87be24d8JmltdHM9MTcwODk5MjAwMCZpZ3VpZD0xNzg4MjIwYi1hMmJlTY2YWUtMmY3MS0zNjM5
0.0% 1 resultados

84 páginas, 19118 palabras

Nivel del plagio: 9.9% seleccionado / 11.1% en total

133 resultados de 63 fuentes, de ellos 60 fuentes son en línea.

Configuración

Directiva de data: *Comparar con fuentes de internet, Comparar con documentos propios*

Sensibilidad: *Medía*

Bibliografía: *Considerar Texto*

Detección de citas: *Reducir PlagLevel*

Lista blanca: --

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas
Carrera Profesional de Administración Turística, Hotelería y Gastronomía**

**CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA AL CRECIMIENTO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE SAN PABLO, AÑO 2020**

Presentado por:

Bach. Espino Valdez, Melisa Roxany.

Bach. Solórzano Cueva, Antony Gabriel.

Asesor:

Cajamarca – Perú

2022

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Administración Turística, Hotelería y Gastronomía

**CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA AL CRECIMIENTO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA DE SAN PABLO, AÑO 2020**

*Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el Título
Profesional de Licenciado en Administración Turística, Hotelería y Gastronomía.*

Bach. Espino Valdez, Melisa Roxany.

Bach. Solórzano Cueva, Antony Gabriel.

Asesor:

Cajamarca – Perú

2022

COPYRIGHT © 2013 by

Autores:

Bach. Espino Valdez, Melisa Roxany.

Bach. Solórzano Cueva, Antony Gabriel.

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

Carrera Profesional de Administración Turística, Hotelería y Gastronomía.

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL

**CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA AL CRECIMIENTO DEL
TURISMO EN LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO, AÑO 2020**

Presidente : Mg. Antero Manuel Zelada Chávarry.

Secretario : Mg. Anthony Rabanal Soriano.

Vocal : Dr. Andrés Gil Jáuregui.

DEDICATORIA

Esta tesis la quiero conceder a Dios, por todas las fuerzas que me ha dado en mis inicios, y luego en el desarrollo de mis estudios, siempre a mi lado, tanto en los buenos momentos como en aquellas situaciones difíciles, y donde su apoyo para superarlos fue vital para mis logros. Quiero dedicarla primero a mi madre Nerida Valdez Cuzco, por el enorme esfuerzo realizado en el transcurso de esta etapa de mis estudios, apoyándome con mucho amor, con sus consejos y mucha comprensión. Madre, eres lo máximo y soy feliz de ser tu hija.

A mi padre, Eberth Jhon Espino Ortiz, por haberme brindado una formación y educación con valores. A mi hermana Giselli Espino Valdez y mi hijo Jhon Lenin Terrones Espino quienes siempre estuvieron a mi lado con sus consejos y sus motivaciones, promoviendo mis deseos de superación universitaria, profesional y personal; a todos ellos mis agradecimientos y dedicación de este importante logro.

Melisa Roxany Espino Valdez

Esta tesis la dedico en primer lugar a Dios, por estar siempre a mi lado cuidándome y guiándome en todos los momentos de mi vida, en segundo lugar, a mis padres; Pedro Gonzalo Solórzano Cerna y Antonia Genoveva Cueva Correa, quienes en el transcurso de mi vida cuidaron y contribuyeron a mi formación y educación. Depositaron su confianza en mi elección profesional y me apoyaron en lo espiritual y material para lograr lo que estoy logrando personalmente.

Antony Gabriel Solórzano Cueva

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento está dirigido inicialmente a Dios, por darnos vida, cuidarnos siempre y guiar nuestros caminos; a nuestras familias quienes han contribuido con sus esfuerzos y sacrificios, a culminar satisfactoriamente estos cinco años de estudios universitarios.

A nuestra alma mater Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, y a su plana docente quienes nos brindaron conocimientos, habilidades y experiencias, con las cuales participaron activamente en nuestra formación profesional; la relevancia de lo académico, se ve reflejado en lo motivacional y competitividad, evidenciado en la presente investigación y en nuestro desempeño profesional.

Así mismo, extendemos nuestro agradecimiento a todas las personas que han estado a nuestro lado. En especial para el Lic. Martin Lulichac Briones por su aporte cognitivo y apoyo incondicional guiándonos en el desarrollo de este trabajo de investigación y persistiendo en sus deseos para que lo culminemos exitosamente, para él nuestra eterna gratitud.

Melisa Espino y Antony Solórzano

RESUMEN

La actividad hotelera conforma uno de los mecanismos más importantes de la industria de servicios en general, dado que, sus servicios están destinados a clientes que necesitan un lugar para pernoctar, pero también están estrechamente relacionadas con las industrias de viajes y hospitalidad. Representa un sector económico muy importante no solo para el desarrollo y crecimiento de la industria turística, sino también para otras actividades económicas que requieren de una excelente infraestructura de alojamiento.

La presente investigación tuvo por objetivo determinar el efecto de la actividad hotelera sobre el crecimiento del turismo en la Provincia – Distrito de San Pablo, que servirá a los empresarios inmersos en las actividades turísticas para que valoren y le den al turismo la relevancia que tiene para su entorno.

La investigación se realizó mediante encuestas a turistas que arribaron al Distrito de San Pablo y se alojaron en los distintos establecimientos de hospedaje, también se realizó entrevistas a las autoridades, incluyendo un trabajo de campo con técnica de observación. Los resultados indican que a pesar de estas anomalías la actividad hotelera sí contribuye al crecimiento del turismo en la Provincia – Distrito de San Pablo, los entrevistados consideran que es un servicio necesario para que el turista pernocte por más días, construye al desarrollo local y es un pilar para la mejora económica, además compensan las necesidades básicas de los visitantes; ya que, si ellos, no sería viable la visita del lugar por más de un día.

Palabras clave: Actividad Hotelera, Establecimientos de Hospedaje, Crecimiento Turístico.

ABSTRACT

The hotel activity is one of the most important mechanisms of the service industry in general, since its services are aimed at clients who need a place to spend the night, but they are also closely related to the travel and hospitality industries. It represents a very important economic sector not only for the development and growth of the tourism industry, but also for other economic activities that require excellent accommodation infrastructure.

The objective of this research is to determine the effect of the hotel activity on the growth of tourism in the Province - District of San Pablo, which will serve businessmen immersed in tourist activities so that they value and give tourism the relevance it has for its environment.

The investigation was carried out through surveys of tourists who arrived in the District of San Pablo and stayed in the different lodging establishments, interviews were also carried out with the authorities, including field work with an observation technique. The results indicate that despite these anomalies, the hotel activity does contribute to the growth of tourism in the Province - District of San Pablo, the interviewees consider that it is a necessary service for the tourist to stay overnight for more days, builds local development and is a pillar for economic improvement, they also compensate for the basic needs of visitors; since, without them, it would not be feasible to visit the place for more than one day.

Keywords: Hotel Activity, Lodging Establishments, Tourism Growth.

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| <i>DEDICATORIA</i> | V |
| <i>AGRADECIMIENTO</i> | VI |
| RESUMEN..... | VII |
| ABSTRACT..... | VIII |
| Índice..... | IX |
| Lista de figuras..... | XII |
| Lista de tablas..... | XII |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1. Planteamiento del problema | 3 |
| 1.1. Descripción de la realidad problemática | 3 |
| 1.2. Definición del problema..... | 5 |
| 1.2.1. Problema general..... | 5 |
| 1.2.2. Problemas específicos | 6 |
| 1.3. Justificación e importancia..... | 6 |
| Justificación teórica..... | 6 |
| Justificación metodológica..... | 7 |
| Justificación práctica..... | 7 |
| 1.4. Objetivos | 7 |
| 1.4.1. Objetivo general | 7 |
| 1.4.2. Objetivos específicos..... | 7 |
| CAPÍTULO II | 9 |
| 2. Fundamentos teóricos de la investigación..... | 9 |
| 2.1. Antecedentes teóricos..... | 9 |
| Antecedentes internacionales | 9 |
| Antecedentes nacionales | 10 |
| Antecedentes locales | 11 |
| 2.2. Bases teóricas | 12 |
| 2.2.1. Teoría de la Hotelería..... | 12 |
| 2.2.2. Actividad hotelera | 14 |
| 2.2.3. Oferta hotelera..... | 16 |
| 2.2.4. Establecimientos de hospedaje..... | 16 |
| Clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje..... | 17 |
| 2.2.5. Teoría de Turismo | 22 |
| 2.2.6. Crecimiento turístico | 23 |

| | |
|---|----|
| 2.2.7. Elementos del sistema turístico | 25 |
| Atractivos turísticos..... | 25 |
| Superestructura..... | 26 |
| Infraestructura | 26 |
| Planta turística..... | 26 |
| La Demanda (Turistas)..... | 26 |
| La Comunidad Receptora..... | 27 |
| 2.2.8. Motivación y satisfacción turística..... | 27 |
| 2.3. Marco teórico | 29 |
| La actividad hotelera y el crecimiento turístico en el Perú | 29 |
| La actividad hotelera y el crecimiento turístico en Cajamarca..... | 31 |
| 2.4. Marco conceptual | 32 |
| 2.5. Hipótesis..... | 34 |
| 2.6. Operacionalización de las variables | 34 |
| CAPÍTULO III..... | 36 |
| 3. Metodología de la investigación | 36 |
| 3.1. Tipo de investigación | 36 |
| 3.2. Enfoque de la investigación | 36 |
| 3.3. Diseño de la investigación..... | 37 |
| 3.4. Área de la investigación | 37 |
| 3.5. Métodos de la investigación..... | 38 |
| 3.6. Población y muestra | 39 |
| 3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 40 |
| 3.8. Técnicas para procesamiento y análisis de datos | 41 |
| 3.9. Aspectos éticos de la investigación..... | 41 |
| CAPÍTULO IV..... | 42 |
| 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 42 |
| RESULTADOS..... | 42 |
| 4.1. SITUACIÓN DE LOS ELEMENTOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO | 42 |
| Atractivos turísticos | 42 |
| Infraestructura turística | 45 |
| Planta turística..... | 47 |
| Demanda turística..... | 48 |
| Comunidad receptora | 49 |
| 4.2. MOTIVACIONES DEL TURISTA QUE ARRIBA A LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO | 51 |

| | |
|---|----|
| 4.3. ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO..... | 52 |
| 4.4. CONDICIONES DEL SERVICIO QUE BRINDAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO | 54 |
| Gestión hotelera | 54 |
| Infraestructura | 58 |
| Actitud de los colaboradores | 59 |
| Satisfacción del huésped | 62 |
| 4.5. DISCUSIÓN | 65 |
| 4.6. APORTE DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN | 67 |
| ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN HOTELERA Y FOMENTAR EL CRECIMIENTO DEL TURISMO EN EL DISTRITO DE SAN PABLO | 67 |
| Objetivo general | 67 |
| Análisis FODA..... | 67 |
| Estrategias y acciones..... | 68 |
| CAPÍTULO V | 70 |
| 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 70 |
| 5.1. Conclusiones | 70 |
| 5.2. Recomendaciones..... | 71 |
| LISTA DE REFERENCIAS | 73 |
| ANEXOS..... | 76 |

Lista de figuras

| | |
|--|----|
| <i>Ilustración 1</i> Clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje | 17 |
| <i>Ilustración 2</i> Condiciones mínimas para clasificación de Hotel | 18 |
| <i>Ilustración 3</i> Condiciones mínimas para clasificación de Apart – hotel | 19 |
| <i>Ilustración 4</i> Condiciones mínimas para clasificación de Hostal | 20 |
| <i>Ilustración 5</i> Condiciones mínimas para clasificación de Albergue | 21 |

Lista de tablas

| | |
|--|----|
| <i>Tabla 1</i> Matriz de operacionalización de las variables | 35 |
| <i>Tabla 2</i> Técnicas e Instrumentos | 40 |
| <i>Tabla 3</i> Recursos turísticos del distrito de San Pablo | 43 |
| <i>Tabla 4</i> Atractivos turísticos del distrito de San pablo | 44 |
| <i>Tabla 5</i> Infraestructura turística del Distrito de San pablo | 45 |
| <i>Tabla 6</i> Motivaciones del turista que arriba al Distrito de San Pablo | 51 |
| <i>Tabla 7</i> Identificación de establecimientos de hospedaje / Clase Hotel | 52 |
| <i>Tabla 8</i> Identificación de establecimientos de hospedaje / Clase Hostal | 52 |
| <i>Tabla 9</i> Identificación de establecimientos de hospedaje / Casa Hospedaje | 52 |
| <i>Tabla 10</i> Representación porcentual de establecimientos hoteleros por categoría | 52 |
| <i>Tabla 11</i> Representación porcentual de camas por clase de establecimientos | 53 |
| <i>Tabla 12</i> Tarifas promedio por tipo de habitación en Hoteles | 53 |
| <i>Tabla 13</i> Tarifas promedio por tipo de habitación en Hostales | 54 |
| <i>Tabla 14</i> Tarifas promedio por tipo de habitación en casa hospedaje | 54 |
| <i>Tabla 15</i> Expectativa del servicio brindado en los establecimientos de hospedaje | 57 |
| <i>Tabla 16</i> Calificación del ofrecimiento prometido por los establecimientos de hospedaje | 57 |
| <i>Tabla 17</i> Calificación de la infraestructura del hotel donde se alojó el huésped | 59 |
| <i>Tabla 18</i> Calificación de la empatía de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje | 60 |
| <i>Tabla 19</i> Calificación de confianza de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje | 61 |
| <i>Tabla 20</i> Calificación de la eficiencia de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje | 61 |
| <i>Tabla 21</i> Calificación de la presentación de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje | 62 |
| <i>Tabla 22</i> Grado de satisfacción de los huéspedes respecto al servicio que le brindaron | 62 |
| <i>Tabla 23</i> Grado de interés por volver a visitar los atractivos turísticos | 63 |
| <i>Tabla 24</i> Grado de interés si San Pablo es un sitio turístico para recomendar | 64 |
| <i>Tabla 25</i> Análisis FODA | 67 |
| <i>Tabla 26</i> Estrategias y acciones orientadas al departamento de administración | 68 |
| <i>Tabla 27</i> Estrategias y acciones orientadas al área de Recepción y Housekeeping | 69 |

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tuvo como propósito determinar el efecto de la actividad hotelera sobre el crecimiento del turismo en la Provincia – Distrito de San Pablo, esta investigación se realizó considerando a los establecimientos de hospedaje instaurados en el Distrito de San Pablo.

Se recurrió a un diseño no experimental de corte transversal, porque la compilación de la investigación solo se dio en un momento específico. Se consideró un planteamiento metodológico de enfoque mixto, puesto que fue el que mejor se adaptó a las características y necesidades de la investigación. Mediante métodos etnográfico, analítico, sintético y explicativo. Las técnicas de obtención de datos fueron la encuesta y entrevista a través de cuestionarios estructurados, incluso trabajo de campo observacional.

La presente investigación está organizada en los siguientes capítulos:

El Capítulo I, incluye datos generales sobre el planteamiento del problema, la justificación y los objetivos que permiten alcanzar de manera concreta el desarrollo de la investigación.

En el Capítulo II, se muestra el marco teórico referente a las teorías que sustentan la investigación, se refieren antecedentes de la investigación internacional, nacional y local; Asimismo, incluye bases teóricas de las variables principales, actividad hotelera y crecimiento turístico, además el marco conceptual, la hipótesis y operacionalización de variables.

En el Capítulo III, se hace referencia a la metodología empleada en la investigación, se incluye las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos de información importante para la investigación.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados de la investigación, el análisis, interpretación de tablas y discusión de resultados.

Finalmente, se establecieron las conclusiones que dieron respuesta a los objetivos trazados y con el propósito de corroborar la hipótesis, se menciona algunas recomendaciones desde la práctica al instante de realizar la presente investigación.

1. Planteamiento del problema

1.1.Descripción de la realidad problemática

A través del tiempo, la actividad hotelera ha ido prosperando significativamente; luego que, en sus inicios se constituyera bajo una modalidad individual o propia de una persona, hasta que hoy muchos establecimientos se han convertido en grandes cadenas hoteleras; pero este progreso empresarial ha cumplido su propósito con la adecuación de servicios adicionales, incorporando algunos avances de la tecnología, entre otros. Pero a la vez, la prosperidad de la actividad hotelera se ha dado en relación a los desplazamientos de personas que viajan a distintos destinos con la finalidad de realizar actividades turísticas u otras diligencias. Es decir, se despliega en torno a los huéspedes, y son ellos quienes manifiestan su grado de satisfacción o alguna falencia de los establecimientos durante su estadía. Sin embargo, muchas veces los mismos hoteleros también tienen que lidiar con distintos aprietos para emplear los equipos o estrategias apropiadas para prosperar y mejorar.

A nivel mundial China y Turquía son los países que lideran un buen desenvolvimiento respecto a la actividad hotelera, son los países que cuentan más hoteles de cinco estrellas, convirtiéndose en los destinos más lujosos en el mundo. Por otro lado, España también está dentro de los diez países que destacan en la actividad hotelera, pero se ha divulgado que solo en Madrid muchos establecimientos de hospedaje de cinco estrellas muestran situaciones débiles en relación a su oferta, muestran insuficientes políticas de upselling, es decir, no motivan a sus clientes la venta de sus productos o servicios de mayor calidad y valor; deficiencia en seguridad; y una escasa personalización del servicio con colaboradores poco proactivo para alcanzar la satisfacción del cliente.

En el Perú, la afluencia turística día a día viene creciendo considerablemente y por ende la demanda de servicios hoteleros. En ese sentido, es notable que la actividad hotelera venga realizando inversiones millonarias destinados a sus negocios, enfocados en una aspiración de mejorar sus instalaciones; sin embargo, se continúa dejando de lado la calidad de servicio hacia el cliente, se sigue careciendo el tema de reflexión hacia la importancia del turismo; es decir, no les dan a los huéspedes la relevancia que tienen para sus actividades comerciales. Por ejemplo, miles de visitantes nacionales y extranjeros arriban a la ciudad de Cusco para deleitar sus actividades turísticas en Macchu Picchu, una de las siete maravillas del mundo, pero es notable que, la calidad del servicio hotelero que brindan los establecimientos muchos no cumple con las expectativas y total satisfacción de los huéspedes, considerando que la calidad de servicio es un requerimiento indefectible para que un establecimiento de hospedaje sea más competitivo dentro de la mercadotecnia turística, que repercutiría en el crecimiento turístico.

Por otro lado, en la ciudad de Lima la actividad hotelera ha crecido a pasos agigantados gracias a la demanda turística del ámbito cultural y gastronómico, el problema es que muchos establecimientos se han incrustado en la informalidad, causando inseguridad durante su pernoctación de los huéspedes; de la misma forma, muchos hoteles categorizados carecen de un marketing turístico, mínima inversión para una mejora continua, tienen bajo impulso tecnológico, a esto se suma la insuficiencia calidad de servicio que se brinda hacia el cliente o huésped.

Respecto a la ciudad de Cajamarca, esta se ha convertido en un destino turístico cultural relevante, por ello tanto el sector público y privado vienen optando por promover la inversión en actividades relacionadas a los servicios turísticos, cuya función debería tener un enfoque de brindar condiciones óptimas y satisfacción a los visitantes, pero al igual

que otras ciudades del Perú todavía se falta mejorar mucho; dado que la actividad hotelera debe obedecer a un buen planeamiento de organización y capacidades de los recursos humanos, lo cual es básico en la recepción, atención y seguimiento de los visitantes o clientes.

Particularmente, la provincia de San Pablo conserva grandiosas potencialidades para lograr el crecimiento de la afluencia turística, cuenta con distintos recursos y atractivos turísticos, imperado el sitio arqueológico Kuntur Wasi, a esto se suma su riqueza artesanal, folclore e historia, los mismos que, deberían ser difundidos y encaminados dentro de la oferta turística, pero que muestre beneficios a todos los involucrados. Dentro de este marco, es necesario que se cuente con una planta turística que supere las expectativas del turista. En ese sentido, nos interesa en la presente investigación identificar el rol que cumple la actividad hotelera en la ciudad de San Pablo y como contribuye a generar mayores expectativas y crecimiento del turismo de manera sustentable.

1.2. Definición del problema

Para la presente investigación se ha concretado las siguientes interrogantes

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la actividad hotelera contribuye al crecimiento del turismo en la provincia – distrito de San Pablo?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿En qué situación se encuentra los elementos del sistema turístico de la provincia – distrito de San Pablo?
- ¿Cuál es la principal motivación del turista que arriba a provincia – distrito de San Pablo?
- ¿Con qué establecimientos de hospedaje cuenta la provincia – distrito de San Pablo para hacer posible el crecimiento turístico?
- ¿Cuáles son las condiciones de servicio que brindan los establecimientos de hospedaje de la provincia – distrito de San Pablo?
- ¿Están en condiciones los empresarios hoteleros de la provincia – distrito de San Pablo para mejorar su gestión hotelera y fomentar el crecimiento turístico?

1.3. Justificación e importancia

Justificación teórica

El presente trabajo de investigación propone un aporte teórico a estudiantes técnicos y/o universitarios de la especialidad de turismo y hotelería, especialmente hace énfasis al lineamiento del sector hotelero con una perspectiva de mejorar la gestión hotelera y calidad de servicio. A los empresarios inmersos en la actividad hotelera para que valoren y le den al turismo la relevancia que tiene para su entorno. Asimismo, los resultados puede ser valiosa información para perfeccionar saberes en futuras investigaciones a lo concerniente.

Justificación metodológica

Para alcanzar los objetivos trazados del presente trabajo de investigación se tuvo en cuenta un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, por lo que se utilizaron técnicas de investigación como la observación de campo, entrevistas y encuestas a los distintos individuos que formaron parte de la presente investigación. Para ello se utilizó el cuaderno de campo, el cuestionario estructurado y el procesamiento de datos informático mediante software para detallar y explicar cada objetivo específico.

Justificación práctica

El egresado de la carrera de administración turística, hotelería y gastronomía, de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, está en circunstancias óptimas de desarrollar su profesión concerniente a ejecutar una correcta gestión hotelera, en ese sentido, luego de haber determinado como la actividad hotelera contribuye al crecimiento del turismo en el distrito de San Pablo, admitió proponer algunas estrategias para mejorar la calidad de servicio al cliente en los establecimientos de hospedaje.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Determinar el efecto de la actividad hotelera sobre el crecimiento del turismo en la provincia – distrito de San Pablo.

1.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de los elementos del sistema turístico de la Provincia – Distrito de San Pablo.
- Conocer la motivación del turista que arriba a Provincia – Distrito de San Pablo.

- Identificar los establecimientos de hospedaje que tiene la Provincia – Distrito de San Pablo.
- Conocer las condiciones de servicio que brindan los establecimientos de hospedaje de la Provincia – Distrito de San Pablo.
- Proponer estrategias para mejorar la gestión hotelera y fomentar el crecimiento del turismo en el Distrito de San Pablo.

CAPÍTULO II

2. Fundamentos teóricos de la investigación

2.1. Antecedentes teóricos

Antecedentes internacionales

Según Quiróa Maldonado (2014) de la Universidad Rafael Landívar a través de su trabajo de investigación Servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos, tuvo por objetivo analizar el servicio al cliente en empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos, con la finalidad de determinar la satisfacción del cliente externo en dichas empresas hoteleras de la ciudad y establecer técnicas de servicio al cliente, de manera que contribuya al crecimiento turístico, para ello, se analizaron los sujetos como: Gerentes, administradores, colaboradores y clientes que hicieron su estadía en las empresas hoteleras, al finalizar dicho trabajo de investigación se concluyó que varios de los clientes no se encuentran satisfechos por el servicio que les brindan las empresas hoteleras, por el mismo hecho que no cuentan con las técnicas de servicio al cliente, siendo la más relevante que los colaboradores no reciben capacitaciones para mejorar el servicio en los hoteles de la ciudad de San Marcos.

Por su parte, Santiago Benjamín (2008) de la Universidad de Las Américas Puebla, mediante su estudio de investigación Evaluación de la satisfacción del Cliente en la Productividad del Hotel Inca Roca – Puebla, llegó a la conclusión que debido a la baja rentabilidad de la actividad hotelera en los últimos 6 meses se hizo un análisis minucioso respecto a la satisfacción del cliente donde se determinó que los establecimientos de hospedaje suelen ser despreocupados a la hora de tratar de incrementar su productividad, asimismo, se determinó que las relaciones entre personal – cliente son importantes, pero

no indispensables, porque además de ello hace falta identificar otros problemas que aquejan a estos así como la limpieza que debe ser de mejor calidad posible, la seguridad y lo principal que los tomen en cuenta al momento de cambiar o rotar al personal, esto debido a la confiabilidad que ya existe entre trabajador – cliente

Antecedentes nacionales

Nureña Castillo (2016), realizó su estudio de investigación denominado Situación de las empresas de alojamiento del distrito de Cascas y su relación con el desarrollo turístico local, mediante ello, se pretendió analizar el papel que vienen desarrollando las empresas de alojamiento en el proceso de desarrollo turístico del distrito de cascas, considerando una investigación descriptiva correlacional, se concluyó que, los establecimientos de hospedaje del distrito de Cascas son inversiones familiares que funcionan en base a conocimientos empíricos de sus administradores y empleados, quienes no cuentan con conocimientos técnicos en la materia, es decir, desconocen el reglamento de establecimientos de hospedaje y otras normas relacionadas al turismo; pero pese a ello, aportan al crecimiento turístico local y están dispuestos a capacitarse para lograr un mejor desempeño, al mismo tiempo, se recomienda implantar un programa de fortalecimiento de capacidades enfocados a la gestión hotelera de manera que se fortalezca los conocimientos empíricos que han adquirido.

Por otro lado, Cahuaya & Ñahuincopa (2016) mediante su trabajo de investigación intitulado Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes, ostento el propósito de determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes, emplearon una metodología específica basado en lo deductivo – inductivo, el analítico – sintético y el histórico – exposfacto; cuyo diseño fue no experimental –

transversal, se concluyó que la calidad de servicio, la empatía, los elementos tangibles, la fiabilidad y la capacidad de respuesta influyen considerablemente en la satisfacción del cliente, por lo que, es necesario que la empresa hotelera realice constantes estudios de la calidad de servicio, talleres para mejorar la hospitalidad involucrando al personal de atención al cliente, el cual permitirá satisfacer las expectativas de los clientes, repercutiendo en más oportunidades de crecimiento y desarrollo turístico de la provincia de Angaraes.

Antecedentes locales

Vásquez Tantaleán (2019) realizó su estudio de investigación denominado diagnóstico de la calidad del servicio en hostales 3 estrellas en el distrito de Cajamarca, con la finalidad de analizar la calidad del servicio en hostales tres estrellas en la ciudad de Cajamarca, mediante un método analítico, se concluyó que en promedio, el 64% de los de los hostales encuestados, no reúnen la infraestructura adecuada para poder operar en calidad de hostel, además, los colaboradores de los establecimientos no portan un uniforme estandarizado e idóneo, además, las habitaciones no cuentan con blancos, amenities, wifi, y otros servicios necesarios para que el huésped se sienta cómodo durante su estancia, asimismo, existe una deficiencia cualidad de empatía por parte de los colaboradores, es notorio que el huésped no recibe en todo momento un servicio de calidad, además se aprecia que, algunas áreas de los hostales no son presentados correctamente desde la primera vez, por lo que se recomienda elaborar y ejecutar un programa de formación permanente para el personal que labora en los hostales, exclusivamente en la temática de “Atención al huésped”.

Por su parte, Teatino Llanos (2019) en su investigación Características de calidad en los establecimientos de hospedaje y su relación con la demanda por el destino Cajamarca,

planteó como objetivo principal determinar la relación entre las características de calidad en los establecimientos de hospedaje y la demanda por el destino, el método que utilizado fue deductivo – no experimental, se concluyó que la motivación principal para elegir un destino son los atractivos turísticos que ofrece el lugar, sin embargo es indispensable los establecimientos de hospedaje para la actividad en general, ya que también es una necesidad fundamental descansar y para muchos debe ser en un lugar cómodo, limpio, seguro, que tenga buena ubicación, un trato amable, entre otros; entendiendo que es importante tener hoteles de categoría en un lugar para que el viajero pueda tomar como destino a visitar con facilidad el lugar, facilitando la oportunidad de incrementar un crecimiento turístico significativo.

2.2.Bases teóricas

2.2.1. Teoría de la Hotelería

La hotelería se estableció desde hace muchos años, tuvo sus inicios en Grecia y Roma, en estos lugares se ofrecía hospedaje alrededor de aguas termales, localidades turísticas y a lo largo de varias rutas de comerciales. A través del tiempo la Revolución Industrial y la mejora del transporte han permitido que las personas se trasladen de un lugar a otro a gran escala. Esto ha permitido que la hotelería se desarrolle y hoy sea más diversa y compleja, convirtiéndose en uno de los sectores más potentes de la economía mundial.

Dicho con palabras de Romero (2008), los seres humanos han viajado de un lugar a otro desde tiempos bíblicos y durante estas actividades se han visto en la necesidad de alojarse y alimentarse, a raíz de ello, las tabernas y posadas satisfacían estas necesidades básicas viajeros.

De acuerdo con Arrillaga Sánchez (1962) define a la hotelería como, el “conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que, de forma profesional y habitual prestan servicios de hospedaje y restaurante, ya sea habitaciones o apartamentos con o sin otros servicios complementarios” (pág. 31)

El hotelería es un sector fundamental dentro del desarrollo de actividades turísticas, dado que, un turista no podría desplegarse a un destino sin que este no le garantice un lugar para su estadía. Por ello, según Sandoval (2012) la hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades.

De los autores citados anteriormente, se puede derivar de que la hotelería pretende la oferta de bienes y servicios que pueda brindar un determinado establecimiento de hospedaje, pero que a la vez, estos establecimientos deberán superar las expectativas del cliente o huésped.

Actualmente la hotelería se ha convertido en un gran negocio internacional, es notable que conocidas cadenas de hoteles están invirtiendo fuertemente en campañas publicitarias para captar los gustos de los viajeros; dado que, cada año la demanda por la ocupación de establecimientos de hospedaje son exorbitantes, pernoctaciones que son por distintas motivaciones, negocios, salud, ocio, etc. Pero la esencia de un hotel debería apuntar objetivos de brindar un excelente servicio, a un precio razonable y siempre asegurando la ocupación máxima de habitaciones.

González Limón (2006) menciona que la hotelería debe enfocarse en la prestación de servicios de alojamiento hotelero con un elevado concepto de competitividad y la calidad,

así como por una administración que apoye dichas actividades con el fomento de la inversión y el desarrollo de las infraestructuras de transporte, son uno de los elementos clave de apoyo al sector, sin desmerecer otras necesidades como la seguridad, el control de la calidad medioambiental, pero también deben fomentar el crecimiento de actividades turísticas aumentando la visita de los atractivos turísticos locales.

Siendo así, el sector hotelero representa un sector económico muy importante no solo para el desarrollo y crecimiento de la industria turística, sino también para otras actividades económicas que requieren de una excelente infraestructura de alojamiento.

Por consiguiente, aquellos inversionistas que quieren tener éxito en la actividad hotelera, deberán estar siempre atentos a las necesidades de sus huéspedes y estar bien capacitados para hacer frente a los mínimos detalles y posibles adversidades que pueden darse en el negocio.

2.2.2. Actividad hotelera

A pesar de su naturaleza diversa, la actividad hotelera hace referencia a dos particularidades principales que la podrían definir. Por un parte, depende de la demanda del ocio que fijamente buscan estos servicios para cumplir satisfactoriamente sus necesidades físicas básicas; y por otro, su enfoque principal es la satisfacción del cliente.

De hecho, se puede replicar que esto se debe emplear prácticamente a cualquier negocio, pero lo cierto es que, si un cliente no está satisfecho, su empresa perderá clientes rápidamente. No obstante, en particular la actividad hotelera depende más de la satisfacción del cliente que cualquier otro factor, debido a que se basa principalmente en actividades relacionadas con el lujo y el ocio. A razón de ello, la satisfacción del cliente

se está desplazando hacia los principales servicios que ofrecen las herramientas de marketing.

Rodrigo (2020) señala que la actividad hotelera involucra un grupo amplio de empresas que brindan servicios a los clientes, dedicándose básicamente en alojamiento, alimentos y bebidas, y viajes y turismo. El autor hace referencia que dichos establecimientos podrían brindar diferentes niveles de servicio.

Se podría decir que la actividad hotelera conforma uno de los mecanismos más importantes de la industria de servicios en general, dado que, sus servicios están destinado a clientes que necesitan un lugar para pernoctar, pero también están estrechamente relacionadas con las industrias de viajes y hospitalidad.

Para Ybarra (2022) la actividad hotelera comprende a todos aquellos establecimientos dedicados a proveer un servicio de alojamiento y comida a huéspedes permanentes o transeúntes, comprende también las actividades que se operen conjuntamente o en relación con la explotación de este tipo de empresas.

La actividad hotelera, es una actividad mercantil dedicada al negocio de servicios de alojamiento y restauración, es fragmento clave del sistema turístico y contribuye a la economía de un país. Algunas de las características generales de este sector son: gran diversidad y complejidad, rigidez de la oferta, condicionamiento a factores exógenos y demanda elástica (Leguía Granda, 2018)

De manera semejante, Cuzme Moran, (2020) menciona que la actividad hotelera incluye todos los establecimientos que se especializan en brindar servicios de alojamiento y restauración a clientes permanentes o temporales y es un motor clave de la economía turística

Finalmente, en nuestros días, la actividad hotelera es vista como una industria, que requiere la contratación de personal capacitado e idóneo que realice una gestión eficaz y sea capaz de proponer estrategias competitivas para de esta manera poder competir en el ámbito empresarial, así como desarrollar planes de acción que permitan el desarrollo económico y social de la localidad (Pico Guastay, 2016)

2.2.3. Oferta hotelera

La oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que diferentes organizaciones, empresas o individuos pueden vender en el mercado en un determinado tiempo y espacio, con fines lucrativos y propósito de satisfacer los deseos y necesidades de los demandantes.

De acuerdo con Mafaldo & Miranda (2018), la oferta juega un papel fundamental en la determinación del precio, ya que es la interacción de esta con la demanda, en ese momento es la que podrá trasladar al precio la cuantificación y valoración de los productos y servicios a las necesidades de los demandantes.

Por lo tanto, se puede decir que la oferta hotelera es el conjunto de bienes y servicios que tiene a la venta un establecimiento de hospedaje a disposición del cliente, pero a su vez esto bienes y servicios deberán satisfacer sus necesidades y expectativas.

2.2.4. Establecimientos de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje forman una parte sustancial del sistema turístico por el movimiento que produce, su papel en los servicios prestados y su contribución a la imagen final del destino, en tal sentido, “este sector, en sus diferentes modalidades, juega un papel significativo en el crecimiento del turismo” (Fernández et al., 2007, pág. 29)

En líneas generales, se puede decir que es el sector que comprende a un ligado de empresas mercantiles que ofrecen sus servicios de alojamiento de forma experta y habitual, con ánimo de lucro por la contraprestación brindada, respecto a la pernoctación o residencia utilizada por las personas o huéspedes.

De esta manera, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú – MINCETUR (2015), define que un establecimiento de hospedaje es un lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas en las tarifas del establecimiento.

Clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje están reglamentados por el órgano competente, y a través del Decreto Supremo N°001-2015-MINCETUR, que aprobó el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje, en el cual están establecidas todas las disposiciones para clasificar y categorizar los hospedajes. Respecto a la clasificación, hace referencia a la identificación de un establecimiento según sus particularidades y servicios que presenta, ya sea hotel, Apart – hotel, hostel o albergue. Mientras que la categoría hace referencia al rango de cada establecimiento representado en estrellas, de acuerdo a las condiciones que este presenta.

Ilustración 1 Clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje

| Clase | Categoría |
|------------------|------------------------|
| 1. Hotel | Una a cinco estrellas |
| 2. Apart – Hotel | Tres a cinco estrellas |
| 3. Hostal | Una a tres estrellas |
| 4. Albergue | .-. |

Fuente: Extraído del reglamento de establecimientos de hospedaje MINCETUR (2004)

Hotel: Los hoteles son establecimientos de hospedajes que ocupa la totalidad de un edificio o a parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea (Mafaldo & Miranda, 2018)

Ilustración 2 Condiciones mínimas para clasificación de Hotel

**ANEXO N° 2
CONDICIONES MÍNIMAS PARA OBTENER LA CLASIFICACIÓN DE HOTEL**

A. Condiciones mínimas de infraestructura

Deberán cumplir con el Anexo N° 1 de la Norma Técnica A 030 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones- RNE.¹

B. Condiciones mínimas de equipamiento

| CONDICIONES | Cinco (5) estrellas | Cuatro (4) estrellas | Tres (3) estrellas | Dos (2) estrellas | Una (1) estrella |
|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| GENERALES | | | | | |
| Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | - | - |
| Internet (1) | Obligatorio y en áreas comunes | Obligatorio y en áreas comunes | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| EN HABITACIONES | | | | | |
| Frigobar | Obligatorio | Obligatorio | - | - | - |
| Televisor | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Teléfono con comunicación nacional e internacional | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |

En el caso de las condiciones de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el hotel.

(1) La cobertura de internet debe asegurar conectividad en todas las habitaciones.

C. Condiciones mínimas de servicio

| CONDICIONES | Cinco (5) estrellas | Cuatro (4) estrellas | Tres (3) estrellas | Dos (2) estrellas | Una (1) estrella |
|--|---------------------|----------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| GENERALES | | | | | |
| Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del hotel | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Servicio de lavado y planchado (1) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | - | - |
| Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis | | | | | |
| Servicio de custodia de equipaje | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Primeros auxilios (2) | Obligatorio | Obligatorio | Botiquín | Botiquín | Botiquín |

| EN HABITACIONES | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Atención en habitación (room service) | Obligatorio | Obligatorio | - | - | - |
| Cambio diario de sábanas y toallas y en cada cambio del huésped (3) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |

(1) Servicio prestado en el hotel o a través de terceros.

(2) Para las categorías de tres 4 y cinco 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.

(3) El huésped podrá solicitar que no se cambien diariamente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

D. Condiciones mínimas de personal

| CONDICIONES | Cinco (5) estrellas | Cuatro (4) estrellas | Tres (3) estrellas | Dos (2) estrellas | Una (1) estrella |
|----------------------------------|---------------------|----------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| Personal calificado (1) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Personal uniformado las 24 horas | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio | - | - |

(1) Personal que, en el cumplimiento de sus funciones, tiene contacto directo con el huésped. Deben acreditar formación o experiencia en actividades turísticas, mediante constancia o certificado expedido por entidades públicas o privadas. El personal que acredite sólo experiencia y que en el cumplimiento de sus funciones tenga contacto directo con el huésped debe acreditar haber recibido capacitación en técnicas de atención al cliente.

Fuente: Extraído del reglamento de establecimientos de hospedaje MINCETUR (2004)

Apart – Hotel: Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hoteles pueden ser categorizados de 3 a 5 estrellas (Mincetur, 2015)

Ilustración 3 Condiciones mínimas para clasificación de Apart – hotel

**ANEXO N° 3
CONDICIONES MÍNIMAS PARA OBTENER LA CLASIFICACIÓN DE "APART-HOTEL"**

A. Condiciones mínimas de infraestructura

Deberán cumplir con el Anexo N° 2 de la Norma Técnica A 030 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones- RNE².

B. Condiciones mínimas de equipamiento

| CONDICIONES | Cinco (5) estrellas | Cuatro (4) estrellas | Tres (3) estrellas |
|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| GENERALES | | | |
| Custodia de valores (individual en el departamento o caja fuerte común) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Internet (1) | Obligatorio y en áreas comunes | Obligatorio y en áreas comunes | Obligatorio |
| EN DEPARTAMENTO | | | |
| Televisor | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Teléfono con comunicación nacional e internacional | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |

En el caso de las condiciones de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el apart- hotel.

(1) La cobertura de internet debe asegurar conectividad en todas las habitaciones.

C. Condiciones mínimas de servicio

| CONDICIONES | Cinco (5) estrellas | Cuatro (4) estrellas | Tres (3) estrellas |
|--|---------------------|----------------------|--------------------|
| GENERALES | | | |
| Limpieza diaria de departamentos y de todos los ambientes del apart- hotel | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Servicio de lavado y planchado (1) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Servicio de custodia de equipaje | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Primeros auxilios (2) | Obligatorio | Obligatorio | Botiquín |
| EN DEPARTAMENTO | | | |
| Cambio diario de sábanas y toallas y en cada cambio del huésped | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |

(1) Servicio prestado en el apart- hotel o a través de terceros.

(2) Para las categorías de cuatro 4 y cinco 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.

(3) El huésped podrá solicitar que no se cambien diariamente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

D. Condiciones mínimas de personal

| CONDICIONES | Cinco (5) estrellas | Cuatro (4) estrellas | Tres (3) estrellas |
|----------------------------------|---------------------|----------------------|--------------------|
| Personal calificado (1) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Personal uniformado las 24 horas | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |

(1) Personal que, en el cumplimiento de sus funciones, tiene contacto directo con el huésped. Deben acreditar formación o experiencia en actividades turísticas, mediante constancia o certificado expedido por entidades públicas o privadas. El personal que acredite sólo experiencia y que en el cumplimiento de sus funciones tenga contacto directo con el huésped debe acreditar haber recibido capacitación en técnicas de atención al cliente.

Fuente: Extraído del reglamento de establecimientos de hospedaje MINCETUR (2004)

Hostal: Es un establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 6 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Para ser categorizados como Hostales de 1 a 3 estrellas deben cumplir con los requisitos que se señalan en el reglamento de establecimiento de hospedaje (Mincetur, 2004)

Ilustración 4 Condiciones mínimas para clasificación de Hostal

**ANEXO N° 4
CONDICIONES MÍNIMAS PARA OBTENER LA CLASIFICACIÓN DE HOSTAL**

A. Condiciones mínimas de infraestructura

Deberán cumplir con el Anexo N° 3 de la Norma Técnica A 030 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones- RNE³.

B. Condiciones mínimas de equipamiento

| CONDICIONES | Cinco (5) estrellas | Cuatro (4) estrellas | Tres (3) estrellas |
|--------------------------|---------------------|----------------------|--------------------|
| GENERALES | | | |
| Internet (1) | Obligatorio | - | - |
| Caja fuerte en recepción | Obligatorio | - | - |
| EN HABITACIONES | | | |
| Televisor | Obligatorio | - | - |

En el caso de los CONDICIONES de televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hostal.

(1) La cobertura de internet debe asegurar conectividad en todas las habitaciones.

C. Condiciones mínimas de servicio

| CONDICIONES | Tres (3) estrellas | Dos (2) estrellas | Una (1) estrella |
|---|--------------------|-------------------|------------------|
| GENERALES | | | |
| Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hostal | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Servicio de custodia de equipaje | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Primeros auxilios (1) | Botiquín | Botiquín | Botiquín |
| EN HABITACIONES | | | |
| Cambio diario de sábanas y toallas (2) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |

(1) Deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.

(2) El huésped podrá solicitar que no se cambien diariamente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

D. Condiciones mínimas de personal

| CONDICIONES | Tres (3) estrellas | Dos (2) estrellas | Una (1) estrella |
|----------------------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| Personal calificado (1) | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |
| Personal uniformado las 24 horas | Obligatorio | Obligatorio | Obligatorio |

(1) Personal que, en el cumplimiento de sus funciones, tiene contacto directo con el huésped. Deben acreditar formación o experiencia en actividades turísticas, mediante constancia o certificado expedido por entidades públicas o privadas. El personal que acredite sólo experiencia y que en el cumplimiento de sus funciones tenga contacto directo con el huésped debe acreditar haber recibido capacitación en técnicas de atención al cliente.

Fuente: Extraído del reglamento de establecimientos de hospedaje MINCETUR (2004)

Albergues: Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines, que determinarán la modalidad del mismo (Mincetur, 2004)

Ilustración 5 Condiciones mínimas para clasificación de Albergue

ANEXO N° 5

CONDICIONES MÍNIMAS PARA OBTENER LA CLASIFICACIÓN DE HOTEL "ALBERGUE"

A. Condiciones mínimas de infraestructura

Deberán cumplir con el Anexo N° 4 de la Norma Técnica A 030 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones- RNE⁴.

B. Condiciones mínimas de equipamiento

| | |
|--------------|-------------|
| Internet (1) | Obligatorio |
|--------------|-------------|

En el caso de los CONDICIONES de internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Albergue.

(1) La cobertura de internet debe asegurar conectividad en todas las habitaciones.

C. Condiciones mínimas de servicio

| | |
|---|-------------|
| Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Albergue | Obligatorio |
| Primeros auxilios (1) | Botiquín |
| Cambio diario de sábanas y toallas (2) | Obligatorio |

(1) Deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.

(2) El huésped podrá solicitar que no se cambien diariamente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

D. Condiciones mínimas de personal

| | |
|---------------------|-------------|
| Personal calificado | Obligatorio |
|---------------------|-------------|

(1) Personal que, en el cumplimiento de sus funciones, tiene contacto directo con el huésped. Deben acreditar formación o experiencia en actividades turísticas, mediante constancia o certificado expedido por entidades públicas o privadas. El personal que acredite sólo experiencia y que en el cumplimiento de sus funciones tenga contacto directo con el huésped debe acreditar haber recibido capacitación en técnicas de atención al cliente.

Fuente: Extraído del reglamento de establecimientos de hospedaje MINCETUR (2004)

Ahora bien, la elección de un establecimiento de hospedaje se determina a través del número de estrellas que este pueda tener, hoy en día esto es uno de los aspectos más importantes que consideran los vacacionistas o clientes para tomar la decisión de realizar su estadía y planificar bien sus vacaciones u otras actividades que merezcan un lugar para

pernoctar. Sin embargo, la atención de los colaboradores influye en la calidad de servicio del establecimiento, igualmente el grado de limpieza e higiene de las habitaciones.

De todos modos, el tipo de establecimiento de hospedaje por el que optará un huésped dependerá de sus necesidades, esencialmente de sus gustos, pero aun así es recomendable que los huéspedes estudien el detalle la calidad del establecimiento para evitar sorpresas. Actualmente, cada país toma la decisión de reglamentar y exigir el cumplimiento de los requisitos para el funcionamiento de dichos establecimientos de hospedaje.

2.2.5. Teoría de Turismo

El turismo es una actividad que a través del tiempo va tomando cada vez más importancia a nivel mundial ya que se asocia a temas económicos y sociales, por lo que genera ingresos monetarios y empleo para las personas en donde se desarrolla estas actividades.

Teniendo en cuenta a Martín Rojo (2004) el turismo es un tema de estudio muy complejo y difícil de abreviar en un capítulo, debido a que dentro de su dimensión implica aspectos sociales, económicos, culturales, psicológicos, etc., ya que no se trata de un fenómeno no solo económico, sino sobre todo social.

Etimológicamente, la palabra “turismo” se deriva del latín “tornus”, que quiere decir vuelta o movimiento, países como Francia, Inglaterra y España serían los primeros que adaptaron este término (Mafaldo & Miranda, 2018, pág. 21)

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú - MINCETUR, (2015) hace referencia que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo

consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.

Por su parte, la OMT como se citó Pico Guastay (2016) el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

Muñoz De Escalona (2003) expresa que, “sí para la gente turismo es lo que hacen los turistas, para los empresarios turismo es el conjunto de bienes y servicios que necesitan consumir los turistas y que ellos le ofrecen a cambio de un precio” (pág. 27)

En efecto, el turismo es una de las actividades más significativas y lucrativas, porque ha causado múltiples beneficios a la población en donde este se desarrolla, pero es necesario que las actividades turísticas se realicen con mucha prudencia y responsabilidad.

2.2.6. Crecimiento turístico

Posiblemente, crecimiento turístico sea sinónimo de afluencia turística, que hace referencia a una determinada ciudad o pueblo, que por una o varias condiciones se instituye como un lugar capaz de atraer la atención y visita de muchos turistas, es decir, han dilatado sus motivaciones para realizar su viaje y pernoctar por allí, aunque sea un día.

Teniendo en cuenta a Franco Neira (2017) el crecimiento turístico es la demanda de visitantes que se incrementan en un determinado destino turístico, con el propósito de satisfacer sus actividades turísticas, esto a simple vista se observa que tanto es visitado el sector por turistas nacionales y extranjeros, y a la vez ayudan al crecimiento económico.

Igualmente, la Secretaría de Turismo (2022) menciona que el crecimiento turístico es el incremento de número de turistas de origen nacional o extranjero que se desplazan hacia algún destino turístico con la finalidad de satisfacer sus actividades de ocio.

Anged (2012) afirma que las zonas de gran afluencia turística definen precisamente espacios de interés especial en los que el comercio disfruta de mayor libertad de horarios para dar servicio a los visitantes. El problema es que no es tan fácil responder a la pregunta de qué es una zona de gran afluencia turística, porque no ha habido unos criterios básicos para concretar este tipo de espacios ni tampoco un método común.

No obstante, Nunes & García (2008) indican que las medidas estadísticas del crecimiento turístico o afluencia turística más comúnmente utilizadas son el número de ingresos por las fronteras, el registro de huéspedes en los diversos establecimientos de hospedaje y los gastos efectuados por los visitantes.

Uniendo a lo anterior, García (2018) agrega que se considerarán zonas de gran afluencia turística, aquellas áreas que cumplan requisitos o acrediten condiciones como: a) Existencia de una concentración suficiente de plazas en alojamientos y establecimientos turísticos, b) Que haya sido declarado Patrimonio de la Humanidad o en el que se localice un bien inmueble de interés cultural integrado en el patrimonio histórico artístico, c) Celebración de grandes eventos deportivos o culturales de carácter nacional o internacional, d) Proximidad a áreas portuarias en las que operen cruceros turísticos y registren una afluencia significativa de visitantes, e) Que constituyan áreas cuyo principal atractivo sea el turismo de compras.

Citando a Guerrero & Ramos (2014) señalan, que el arribo de turistas en abundancia a algún lugar aporta consigo beneficios en lo económico como también en el intercambio

de culturas, pero el impacto negativo es que, si no se tiene un control correcto con el desplazamiento de personas de manera excesiva, conllevará a que el lugar se degrade y posteriormente pierda su valor. En ese sentido, se considera que mientras exista un incremento de visitantes y se mantenga un control apropiado, reflejará una contribución positiva para la comunidad receptora. Por ello, son las comunidades las que aprueban o no municipios sujetos a zona de gran afluencia turística (Anged, 2012)

2.2.7. Elementos del sistema turístico

Un sistema integrado por elementos interrelacionados que interactúan para lograr metas y objetivos comunes. El enlace de todas sus porciones representa un todo, es decir, no podría funcionar adecuadamente si un elemento no está correctamente vinculado.

Según Ceupe citado de la Organización Mundial del Turismo – OMT (1994) el sistema turístico es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan de forma dinámica para configurar la naturaleza de la actividad turística.

De acuerdo con Sergio Molina (2007) propone un modelo de sistema turístico que está compuesto por seis elementos que apuntan a un objetivo en común. A continuación, se detalla:

Atractivos turísticos

Son zonas que estimulan la inquietud del turista por visitar un destino gracias a sus particularidades perceptibles y/o imperceptibles apreciables. Para que un destino sea considerado atractivo, este debe cumplir criterios competitivos y para conseguirlo, deberá satisfacer las motivaciones que estimularon a los visitantes arribar hacia él (Reyes Pérez , 2020 citado de Sergio Molina)

Superestructura

Con base en Molina (2007) la superestructura lo conforman las instituciones públicas y privadas que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión.

Infraestructura

Activa e impulsa los servicios básicos al sistema turístico ya sea interna como servicios de agua, luz, gas y otros servicios o de tipo externa como aeropuertos, carreteras, sistemas que contribuyen a entrelazar el destino con los puntos de partida del turismo (Molina, 2007).

Planta turística

Según el modelo del sistema turístico propuesto por Sergio Molina (20027), encontramos 2 tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista, pero son necesarios, ejemplo de estos son los bancos, las casas de cambio o las gasolineras.

La Demanda (Turistas)

Sergio molina (2007) manifiesta que ninguno de los anteriores elementos podría subsistir sin los turistas. El autor da a conocer que los turistas constituyen la contraparte de la ley de oferta y demanda, es decir, son quienes consumen, utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecer; además, es a partir de su experiencia, que dentro del

destino se pueden establecer estrategias para satisfacer sus necesidades de una mejor manera, alentando el desarrollo de la comunidad receptora.

La Comunidad Receptora

Reyes Pérez (2020) citado de Sergio Molina, indica que se trata de los residentes locales que de manera directa (como los prestadores de servicios turísticos) o de manera indirecta (población en general o recurso humano de diversas empresas) tienen contacto con la comunidad turística.

A partir de estos criterios elementales, se puede asegurar que; en muchos destinos turísticos del Perú, los atractivos turísticos, superestructuras, infraestructuras, servicios, demanda y comunidad receptora, son idoneidades que nos permitieron posicionarnos como un destino turístico crecientemente de flujo de turistas, logrando ser reconocidos a nivel mundial por la riqueza cultural que aún se conserva en sus distintos rincones.

2.2.8. Motivación y satisfacción turística

La motivación es un aspecto muy importante dentro de la industria del turismo, ya que desencadena el comportamiento humano y se considera un factor característico para casi todas las cualidades afines con la actividad turística. Castaño Blanco et al., (2003) La motivación puede responder a tres preguntas importantes sobre el ciclo del turismo, primero, las razones para viajar o por qué; segundo, la elección específica o dónde; y, por último, los resultados obtenidos o satisfacción.

Según Plascencia Gutiérrez (2016) indica que la Organización Mundial del Turismo (OMT) da a conocer tres grupos principales de motivaciones, que a su vez se dividen en diferentes necesidades: Motivaciones personales (necesidad de contacto con la naturaleza

y de conocimientos), Motivaciones familiares (necesidad de convivir con la familia) y Motivaciones sociales (necesidad de imitación y de distinguirse del grupo)

En general, los turistas viajan porque son incitados por motivos o variables internas o porque son atraídos por fuerzas externas del destino. Los factores de empuje están conexos con aspectos internos y emocionales, como el deseo de escapar, descansar, relajarse, aventurar o de interacción social, mientras que los factores de atracción están conectados con aspectos externos, cognitivos y de situación, como los atractivos del lugar, las infraestructuras recreativas o los escenarios culturales y naturales (Castaño Blanco et al., 2003 citado de Crompton, 1979)

Sin duda, existen distintas motivaciones para que un turista pueda establecer su viaje, es probable que, todas las variantes motivacionales de viajar sean validas y cada una con una finalidad distinta. En ese sentido, para el desarrollo de la presente investigación se ha tenido en cuenta a Devesa Fernández et al., (1997) que indica las siguientes motivaciones para que un turista tome la decisión de viajar: Disfrutar del entorno natural, salir de la rutina, disfrutar de las vacaciones y tiempo libre, experimentar la cultura, experimentar nuevas aventuras, por trabajo o negocios, cercanía al lugar de residencia.

Por otra parte, la satisfacción del consumidor se puede definir como un juicio, bien de naturaleza cognitiva o bien de carácter afectivo o emocional, que deriva de la experiencia del individuo con el producto o servicio (Devesa et al., 1997 citado de Oliver 1997)

En conjunto, los estudios en diversas áreas del turismo han mostrado una estrecha relación entre la satisfacción y la motivación. Por ello, Devesa et al., (1997) citado de Gnoth (1997) señala que una vez que las necesidades y valores han sido activados y aplicados a un escenario de vacaciones, la motivación constituye un parámetro fundamental en la

formación de expectativas, y éstas determinan a su vez la percepción de los productos y experiencias.

En otras palabras, las relaciones duraderas con los clientes se basan en el concepto de satisfacción tienen que ver no sólo con el concepto de calidad percibida del servicio sino también y, sobre todo, con el conocimiento de sus preferencias, que vienen determinadas por su motivación (Martín & Recio, 2006)

Las expectativas de quienes viajan a destinos turísticos suelen ser altas. Después de pasar por el proceso de planificación y selección del lugar, solo puede esperar la mejor experiencia posible. Por lo tanto, el factor más importante y más común para determinar la satisfacción del turista es saber cuánto disfrutó o se relajó.

2.3.Marco teórico

La actividad hotelera y el crecimiento turístico en el Perú

En Perú, la industria del turismo es uno de los sectores que genera divisas significantes, por lo que su declive no solo causaría un impacto destructor en el crecimiento económico, sino también en las economías regionales, los mercados laborales y los destinos turísticos. No obstante, uno de los pilares de la industria turística es la actividad hotelera. Por lo tanto, a pesar de la difícil situación, se debe asegurar que continúe desarrollando su oferta.

Según el estudio realizado por la Redacción PQS (2015) Las inversiones hoteleras en el Perú entre el 2015 y 2021 ascendieron a U\$S 2,500 millones y la mayoría de proyectos estuvieron dirigidos a establecimientos de hospedajes de entre 1 y 3 estrellas.

En ese sentido, los negocios hoteleros deberán aprovechar estas condiciones y prepararse para recibir la proyección de su demanda, generando expectativas del destino, en general,

y de sus instalaciones, además, deberán desarrollar una imagen y/o marca que sea identificada y que se asocie al destino turístico, sin dejar de lado la tecnología, mediante la creación de página web, sistemas de reservación, redes sociales en las que se genere contenidos y haya interacción con los potenciales clientes, sin embargo, el principal activo de una empresa hotelera es el servicio al cliente, por ello los colaboradores deben estar preparados para dar respuestas satisfactorias a los requerimientos de los clientes (Pollack Celis, 2022)

Respecto al crecimiento turístico, mediante una nota de prensa emitida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2022) el ministro Roberto Sánchez, enfatizó el significativo crecimiento del turismo interno en el Perú durante los primeros meses del año 2022, al alcanzar los 3,4 millones como flujo de viajes, un incremento del 99,5% con relación al mismo periodo del año anterior. Por lo que, este importante crecimiento es una noticia prometedora, ya que refleja las tendencias positivas de los viajes nacionales y la recuperación económica del sector. Además, significa un resurgimiento de empleos e incrementos económicos para las empresas turísticas, hoteles, restaurantes, artesanos, guías turísticos y transporte.

Mediante esta nota de prensa, se pudo conocer que el gasto promedio por turismo interno fue de S/ 594, registrándose una permanencia promedio de 6 noches, de ahí que, el 46,7% señaló haberse hospedado en hoteles y hostales, mientras que el 44,0% se alojó en la vivienda de familiares o amigos. Asimismo, Cajamarca fue uno de los 10 destinos turísticos más visitados antecedido por Arequipa, Lambayeque y La Libertad. Además, la principal motivación de viaje fue vacaciones, recreación u ocio (38,9%), seguido por visitas a familiares y amigos (33,5%) y negocios (17,8%). Mas aún, el 34,8% de turistas viajó en familia y en menor medida, solos (29,5%) y con pareja (18,8%).

La actividad hotelera y el crecimiento turístico en Cajamarca

Cajamarca destaca como un referente importante en el turismo. De acuerdo a los reportes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Cajamarca se posiciona como el cuarto destino elegido en propósito de visita por los turistas nacionales e internacionales.

Según el portal del Gobierno Regional de Cajamarca a través de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas (2021) informaron que el aeropuerto Armando Revoredo Iglesias de Cajamarca reportó 121 480 pasajeros, y el de Shumba, en Jaén, 78 605 viajeros en el periodo enero – agosto 2021. Además, la región ofrece 877 establecimientos hoteleros, con 12 mil 530 habitaciones y un total de 19 915 camas, la nota de prensa fundamenta que sólo el 28% de visitantes se aloja en la casa de algún familiar o amigo, el 72% busca hospedajes, y 3 de cada 4 visitantes hará uso de los servicios de un guía de turismo o agencia de tours, asimismo, ubican al conjunto Monumental de Belén en primer lugar de preferencias de visitas, seguido de Ventanillas de Otuzco, Cumbe Mayo y Kuntur Wasi en la provincia de San Pablo.

Es necesario indicar, que todo este notable crecimiento turístico se debe a la capacidad de su planta turística, sin embargo, el Gobierno Regional ha impulsado el sector con el posicionamiento de la Marca Cajamarca, la oferta de recorridos virtuales de los principales atractivos arqueológicos, la realización de eventos comerciales especializados, y la certificación de áreas naturales protegidas (Gobierno Regional, Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas, 2021)

Actualmente, la actividad hotelera en Cajamarca viene superando la crisis que la estancó por casi dos años, con nuevas estrategias de inversión, apuntando a nuevas tendencias, que hoy está exigiendo el turista.

2.4.Marco conceptual

Actividad hotelera: Incluye todos los establecimientos que se especializan en brindar servicios de alojamiento y restauración a clientes permanentes o temporales, es un motor clave de la economía turística (Cuzme Moran, 2020)

Actividad turística: Son actividades presentadas a proveer al consumidor turístico servicios de hospedaje, restaurantes, guiado turístico, información, ocio u otros bienes o servicios que guardan relación directa con el turismo.

Atractivo turístico: Son zonas que estimulan la inquietud del turista por visitar un destino gracias a sus particularidades perceptibles y/o imperceptibles apreciables. Para que un destino sea considerado atractivo, este debe cumplir criterios competitivos y para conseguirlo, deberá satisfacer las motivaciones que estimularon a los visitantes arribar hacia él (Reyes Pérez, 2020 citado de Sergio Molina)

Albergue: Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines, que determinarán la modalidad del mismo (Mincetur, 2004)

Apart – hotel: Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hoteles pueden ser categorizados de 3 a 5 estrellas (Mincetur, 2015)

Crecimiento turístico: Según Franco Neira (2017) es la demanda de visitantes que se incrementan en un determinado destino turístico, con la finalidad de

satisfacer sus actividades turísticas, esto a simple vista se observa que tanto es visitado el sector por turistas nacionales y extranjeros, y ayudan al crecimiento económico.

Establecimiento de hospedaje: Lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento (Teatino Llanos, 2019)

Hostal: Establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 6 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hostales de 1 a 3 estrellas deben cumplir con los requisitos que se señalan en el reglamento de establecimiento de hospedaje (Mincetur, 2004)

Hotel: Los hoteles son establecimientos de hospedajes que ocupa la totalidad de un edificio o a parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea (Mafaldo & Miranda, 2018)

Huésped: Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de alojamiento (Teatino Llanos, 2019)

Motivación turística: Con base en Flores Sédek (1974) la motivación turística es la razón que asiste al turista para efectuar el viaje.

Satisfacción turística: La satisfacción turística se puede definir como un juicio, bien de naturaleza cognitiva o bien de carácter afectivo o emocional, que deriva de la experiencia del individuo con el producto o servicio (Devesa et al., 1997 citado de Oliver 1997)

Sistema turístico: Es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan de forma dinámica para configurar la naturaleza de la actividad turística (Organización Mundial del Turismo – OMT, 1994)

Turismo: Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado (Mincetur, 2015)

Turista: Persona que se traslada de un lugar a otro con el fin de pasear, conocer, descansar (Ucha, 2010)

2.5.Hipótesis

Hipótesis general

La actividad hotelera de la en la Provincia – Distrito de San Pablo favorece significativamente en el crecimiento del turismo.

2.6.Operacionalización de las variables

Variable independiente : Actividad Hotelera.

Variable dependiente : Crecimiento Turístico.

Tabla 1 Matriz de operacionalización de las variables

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIÓN | INDICADOR | TÉCNICAS | INSTRUMENTOS | |
|------------------------------|---|---|--|---------------------------------|------------------------|---------------------------|--------------------|
| Actividad Hotelera | Es una actividad mercantil dedicada al negocio de servicios de alojamiento y restauración, es fragmento clave del sistema turístico y contribuye a la economía de un país. (Leguía Granda, 2018) | Oferta de los elementos del sistema turístico dentro del distrito de San Pablo. | Elementos del sistema turístico | Atractivos turísticos | Revisión bibliográfica | Ficha bibliográfica | |
| | | | | Infraestructura | | Libreta de campo | |
| | | | | Planta turística | Observación directa | Cuestionario estructurado | |
| | | | | Demanda | Entrevista | Cámara fotográfica | |
| | | | | Comunidad receptora | | | |
| Crecimiento turístico | Es la demanda de visitantes que se incrementan en un determinado destino turístico , con la finalidad de satisfacer sus actividades turísticas, esto a simple vista se observa que tanto es visitado el sector por turistas nacionales y extranjeros, y ayudan al crecimiento económico (Franco Neira, 2017) | Factores de motivación para viajar y satisfacción turística | Motivación de viaje | Disfrutar de la naturaleza | Revisión bibliográfica | Ficha bibliográfica | |
| | | | | Salir de la rutina | | Libreta de campo | |
| | | | | Vacaciones u ocio | | | Ficha de encuesta |
| | | | | Experimentar la cultura | | Encuesta | Cámara fotográfica |
| | | | | Nuevas aventuras | | | |
| | | | Por trabajo o negocios, | Satisfacción del turista | Elementos intangibles | | |
| | | | Visita amigos o familiares. | | | Elementos tangibles | |
| | | | Gestión hotelera | | | | |

Nota: La tabla muestra la operacionalización de las variables del presente estudio de investigación

CAPÍTULO III

3. Metodología de la investigación

Según Arias (2006) el método científico es el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas de investigación mediante la prueba o verificación de hipótesis” (pág. 18). Es decir, es la estructura sistemática para la recolección de datos y el estudio de la información, permitiéndonos interpretar los resultados para respuesta a los objetivos trasados.

3.1. Tipo de investigación

El presente estudio de investigación es de tipo descriptivo – explicativo, dado que el objetivo del estudio fue determinar el efecto de la actividad hotelera sobre el crecimiento del turismo en la provincia – distrito de San Pablo, diagnosticando su situación actual de los elementos del sistema turístico que posee el lugar.

Teniendo en cuenta a Hernández Sampieri et al., (2014) determinan que la investigación explicativa se encarga de explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. Mientras que la investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales y su realidad (Narváz & Villegas, 2014)

3.2. Enfoque de la investigación

Referente al enfoque de la investigación, en el presente estudio se consideró un planteamiento metodológico de enfoque mixto, puesto que fue el que mejor se adaptó a las características y necesidades de la investigación.

De acuerdo con Hernández Sampieri et al., (2014) el enfoque mixto representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos que bien podrían ser mediante encuestas y entrevistas, que posteriormente se integran para lograr un mayor entendimiento del fenómeno de estudio.

3.3.Diseño de la investigación

Se recurrió a un diseño no experimental por lo que, se realizó indagación respecto a la actividad hotelera del distrito de San Pablo, y posteriormente determinar el efecto de la sobre el crecimiento del turismo. Es decir, no se incidió en ninguna de las variables. A la vez es transversal, porque la compilación de la investigación solo se dio en un momento específico.

Con base en Hernández Sampieri et al., (2014) una investigación no experimental consiste en observar y analizar los fenómenos a medida que ocurren en su entorno natural, además no se crea situación alguna, por el contrario, se centra en prestar atención a situaciones existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. Estos mismos autores señalan que los diseños trasversales recolectan la información en un solo momento, en un tiempo único. Su finalidad es describir variables y analizar su incidencia e interrelación.

3.4.Área de la investigación

Este estudio aborda el área de desarrollo turístico dentro de los lineamientos del desarrollo sostenible. Este conocimiento servirá para considerar una mejora continua dentro de la actividad hotelera que favorezca al crecimiento turístico y por ende mejores incrementos económicos para la población y empresarios.

3.5.Métodos de la investigación

Método etnográfico

A través de este método se consiguió percibir la realidad situacional en la que se encuentra el sistema turístico y la actividad hotelera del distrito de San Pablo. Este método se observa a menudo y se utilizó para distinguir los aspectos favorables de probar la hipótesis.

Método analítico – sintético

Analítico: porque se analizó como es que la actividad hotelera favorece al crecimiento del turismo en la provincia de San Pablo. Sintético: porque, luego de la recolección de datos, se consideró lo más esencial para llegar a cumplir con el desarrollo de cada objetivo de la investigación.

Según Rodríguez & Pérez (2017) refieren que el análisis se produce mediante la síntesis de las propiedades y características de cada parte del todo, mientras que la síntesis se realiza sobre la base de los resultados del análisis.

Método explicativo

Por lo que se buscó encontrar las razones o causas que origina la actividad hotelera respecto al crecimiento del turismo. Es decir, explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste (Wally, 2019)

3.6.Población y muestra

Población

Hernández Sampieri et al., (2014) la población es todo el fenómeno que se investiga, en donde las unidades de población tienen características comunes que se investigan y ayudan a la recopilación de la información.

En tal sentido, para el desarrollo de la presente investigación se consideró a los turistas y los elementos del sistema turístico, dentro de ellos los establecimientos de hospedaje del distrito de San Pablo.

Muestra

En cuanto a la muestra, por tratarse una investigación de enfoque mixto y mediante métodos de observación, analítico y explicativo, se consideró el muestreo No Probabilístico. Como señala Arias Odón (2006) es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra.

En ese sentido, se recurrió al muestreo causal o accidental, dado que es un procedimiento que permite elegir arbitrariamente los elementos sin un juicio o criterio preestablecido (Arias Odón, 2006); es decir, aquellos individuos que permiten su fácil acceso y a disposición del investigador.

En consecuencia, la muestra estuvo conformada por 62 turistas y representantes de establecimientos de hospedaje y autoridades del Distrito de San Pablo.

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: En este estudio se utilizó la técnica de entrevista, mediante ella se logró la recopilación de pesquisas para llegar a los objetivos que se plantearon dentro de la investigación. Asimismo, se empleó la técnica de encuesta, mediante ella se obtuvo información más específica considerando la opinión de cada uno de los individuos encuestados. Y por último se empleó la técnica de observación, mediante esta técnica se logró observar in situ a los elementos que involucran las variables de la investigación.

Instrumentos

Respecto a los instrumentos, para la técnica de entrevista el instrumento empleado fue el cuestionario estructurado con preguntas abiertas para la obtención de datos cualitativos; mientras que, para la técnica de encuesta se utilizó una ficha de encuesta con escala tipo Likert. Con apoyo de la matriz de consistencia (anexo 1), estos instrumentos fueron sometidos a juicio de expertos para la determinación de su validez (anexo 2 y 3). Finalmente, para la técnica de observación se utilizó libreta de campo.

Tabla 2 Técnicas e Instrumentos

| Técnicas | Instrumentos | Informante |
|-----------------|---------------------------|--|
| Entrevista | Ficha de entrevista | - Turistas |
| Encuesta | Cuestionario estructurado | - Representantes de establecimientos de hospedaje. |
| | | - Autoridades de la comuna. |
| Observación | Libreta de campo | |

Nota: La tabla detalla las técnicas e instrumentos del presente estudio de investigación

3.8. Técnicas para procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de datos, se emplearon programas de Windows office, como son Word y Excel, mediante este programa se incorporó categorías a escala tipo Likert con la finalidad medir los enunciados y contenidos en el instrumento de ficha de encuesta.

3.9. Aspectos éticos de la investigación

El presente estudio de investigación tiene objeto respetar los criterios éticos, por ello, durante el desarrollo se ha tratado en lo posible de reservar la imagen de los individuos que fueron materia de estudio, así como de los establecimientos de hospedaje del distrito de San Pablo.

De igual forma, se ha considerado el respeto de derecho de autor, es decir, referenciando a cada autor por alguna de sus citas textuales tomadas para la elaboración teórica y científica

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADOS

De acuerdo a la recopilación de la información y proceso de datos conseguidos a través de la aplicación de entrevistas y encuestas cada uno con su instrumento respectivo a los individuos que involucran la presente investigación, se han alcanzado los siguientes resultados:

4.1.SITUACIÓN DE LOS ELEMENTOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO

Atractivos turísticos

Se entiende por atractivo turístico al lugar, objeto o evento que puede ser intrigante y motivado por los turistas, y aquellos que tienen mejores atributos que por sí mismos pueden generar visitantes. En decir, representan uno de los principales motivos para desplazar visitantes ocasionando de esta manera un crecimiento turístico en el lugar.

Por otro lado, hay que diferenciar un recurso turístico de un atractivo turístico. Se consideran recursos turísticos a los paisajes naturales, la riqueza cultural, las representaciones históricas, el folclor, los bienes tangibles e intangibles con grandes tradiciones, pero aún no suficientes para atender a los visitantes. En cambio, un atractivo turístico posee valor agregado, como servicios, equipamiento e instalaciones que mejoran la satisfacción del turista.

Según la información proporcionada por el Sr. Juan Juez Morales Alva gerente de desarrollo económico de la municipalidad de San Pablo, el distrito contaría con los siguientes recursos turísticos:

Tabla 3 Recursos turísticos del distrito de San Pablo

| N° | RECURSO TURÍSTICO | CATEGORÍA | TIPO |
|----|---|------------------------|-----------------------|
| 1 | Canal de Riego Jancos | Manifestación cultural | Arq. Espacios urbanos |
| 2 | Bosque Natural de Taya | Sitio natural | Áreas protegidas |
| 3 | Trapiches de Capellanía | Manifestación cultural | Arq. Espacios urbanos |
| 4 | Catarata Culebramayo | Sitio natural | Caídas de agua |
| 5 | Arco del triunfo | Manifestación cultural | Lugar histórico |
| 6 | Ventanillas de Cerro Blanco | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 7 | Sitio arqueológico Kuntur Wasi | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 8 | Museo de Sitio Kuntur Wasi | Manifestación cultural | Museos |
| 9 | Pinturas rupestres de Cashorco | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 10 | Ruinas del Cerro Luches | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 11 | Catarata Chorro Blanco | Sitio natural | Caída de agua |
| 12 | Roca Padrerume | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 13 | Ventanillas de Cuzcudén | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 14 | Confección de ollas artesanales | Folclore | Artesanía y arte |
| 15 | Asociación textilera Inkawasi | Folclore | Artesanía y arte |
| 16 | Pinturas de San Pedro y San Pablo | Folclore | Artesanía y arte |
| 17 | Pintura en Roca de Cristo Crucificado | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 18 | Restos arqueológicos Cerro Huaquishongo | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 19 | Mirador cerro Chalaques | Sitio natural | Lugar pintoresco |
| 20 | Monumento de la Batalla de San Pablo | Manifestación cultural | Lugar histórico |
| 21 | Plaza de armas de San Pablo | Manifestación cultural | Lugar pintoresco |
| 22 | Iglesia Matriz de San Pablo | Manifestación cultural | Lugar histórico |
| 23 | Bosque de piedras Las Vizcachas | Sitio natural | Sitio arqueológico |
| 24 | Tinajas de Dos de Mayo | Manifestación cultural | Sitio arqueológico |
| 25 | Molino El Civil | Manifestación cultural | Lugar histórico |
| 26 | Mirador Los Faroles | Manifestación cultural | Arq. Espacios urbanos |
| 27 | Plazuela San Juan | Manifestación cultural | Lugar histórico |
| 28 | Capilla San Juan | Manifestación cultural | Lugar histórico |
| 29 | Mirador el Balcón | Manifestación cultural | Lugar pintoresco |
| 30 | Fiesta Patronal San Juan Bautista | Manifestación cultural | |

Nota: El listado de estos recursos turísticos se obtuvo de la entrevista aplicada a las autoridades del distrito de San Pablo.

Como se puede observar en la tabla 3, habría un total de 30 recursos turísticos con los que cuenta el Distrito de San Pablo. En ese sentido, podemos decir que existe un gran potencial turístico que en su mayoría están compuestos por recursos naturales y culturales. Sin embargo, les faltaría el valor agregado para que estos sean capaces de motivar su visita.

Hay que resaltar, que la actualización del inventario de recursos turísticos recae la responsabilidad en los gobiernos regionales, mediante las direcciones regionales de comercio exterior y turismo, en base a la metodología establecida por el MINCETUR.

Ahora bien, luego de indagar información respecto a los atractivos turísticos con los que cuenta el distrito de San Pablo, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cajamarca, solo referenció a 4 atractivos, considerando que esta información es muy insípida, se realizó el trabajo de campo y a través de un análisis se obtuvo que el Distrito de San Pablo cuenta con los siguientes atractivos turísticos:

Tabla 4 *Atractivos turísticos del distrito de San pablo*

| Nº | ATRACTIVO TURÍSTICO | CATEGORÍA | SITUACIÓN |
|----|---------------------------------------|------------------------|-----------|
| 1 | Arco del triunfo | Manifestación cultural | Operativo |
| 2 | Sitio arqueológico Kuntur Wasi | Manifestación cultural | Operativo |
| 3 | Museo de Sitio Kuntur Wasi | Manifestación cultural | Operativo |
| 4 | Pinturas rupestres de Cashorco | Manifestación cultural | Operativo |
| 5 | Catarata Chorro Blanco | Sitio natural | Operativo |
| 6 | Asociación textilera Inkawasi | Folclore | Operativo |
| 7 | Pintura en Roca de Cristo Crucificado | Manifestación cultural | Operativo |
| 8 | Mirador cerro Chalaques | Sitio natural | Operativo |
| 9 | Monumento de la Batalla de San Pablo | Manifestación cultural | Operativo |
| 10 | Plaza de armas de San Pablo | Manifestación cultural | Operativo |
| 11 | Iglesia Matriz de San Pablo | Manifestación cultural | Operativo |
| 12 | Molino El Civil | Manifestación cultural | Operativo |
| 13 | Mirador Los Faroles | Manifestación cultural | Operativo |
| 14 | Plazuela San Juan | Manifestación cultural | Operativo |
| 15 | Capilla San Juan | Manifestación cultural | Operativo |
| 16 | Mirador el Balcón | Manifestación cultural | Operativo |
| 17 | Fiesta Patronal San Juan Bautista | Manifestación cultural | Operativo |

Nota: El listado de estos atractivos turísticos se obtuvo mediante el análisis observatorio del trabajo de campo.

Como se puede apreciar en la tabla 4, el distrito de San Pablo cuenta con 17 atractivos turísticos, todos ellos en perfecto estado situacional, dado que, cuentan con servicios adicionales que estimulan el crecimiento de la demanda turística. Estos atractivos, como parte del sistema turístico favorecen de manera significativa el desplazamiento de los turistas, en donde pueden contemplar los lugares más destacables, como son: el Sitio arqueológico Kuntur Wasi, Museo de Sitio Kuntur Wasi, Monumento de la Batalla de

San Pablo, Arco del triunfo, Pinturas rupestres de Cashorco, Mirador Los Faroles, entre otros (anexo 4). Se puede reafirmar, que el Distrito de San Pablo podría convertirse en un destino turístico de gran oportunidad para explotar la diversidad de atractivos turísticos que posee, pero todo dependerá de cómo se realice la gestión turística en el lugar.

Infraestructura turística

La infraestructura turística cumple la función de facilitar los servicios básicos, sirve de apoyo al sistema turístico, pero su propósito no sólo está inmerso en el turismo, sino también proporciona facilidades para la gestión de otras actividades comerciales. Por lo tanto, es esencial para satisfacer las necesidades de la sociedad en general.

Tabla 5 Infraestructura turística del Distrito de San pablo

| TIPO | CUENTA CON: |
|-------------------|---|
| Transporte | - Carretera a Bambamarca, con desvío a San Pablo. - Carretera Kuntur Wasi, con desvío a San Pablo. |
| Servicios básicos | - Servicio de agua potable. - Servicio de alcantarillado. - Servicio de energía eléctrica |
| Comunicaciones | - Señal de telefonía fija. - Señal de telefonía móvil. - Internet. |
| Otros | - Posta de salud. - Puesto policial. |

Nota: Obtenido del trabajo observatorio de campo.

En cuanto a la accesibilidad terrestre, el Distrito de San Pablo esta enlazado con Cajamarca, por una carretera totalmente pavimentada, con ciertas fallas en el mantenimiento, pero facilita un viaje muy satisfactorio y señalización en todo el recorrido. Desde Cajamarca a hacia San Pablo hay un aproximado de 68 km, el recorrido en automóvil es de 1 hora con 15 minutos aproximadamente. El otro acceso es por el distrito de Chilete, este recorrido se realiza a través de la carretera Kuntur Wasi, se pasa por el distrito de San Bernardino, prontamente se pasa por el pueblo de Sangal, se arriba al caserío Kuntur Wasi, y por último se ingresa al distrito de San Pablo. Desde Chilete a hacia San Pablo hay un aproximado de 30 km, el recorrido en automóvil es 45 minutos

aproximadamente. En ambos recorridos, el acceso presenta situaciones muy propicias para viajar, por lo que, puede ser circulada por diferentes vehículos motorizados. (anexo 5)

En Cajamarca cuenta con un terminal terrestre, que ofrece salidas diarias hacia San Pablo a través de las empresas de transportes: Supermovil Srl. y Tour El Sanpablino, en horarios de mañana y tarde. A partir del centro histórico de San Pablo, el turista puede acceder con mucha facilidad hacia los atractivos turísticos, podría realizarlo mediante caminata o en movilidad ya que se cuenta con servicio de taxis y moto taxis, sin embargo, se observa que algunos visitantes arriban en movilidad propia.

Respecto a los servicios básicos, el distrito de San Pablo cuenta con servicios de agua potable, alcantarillado sanitario y energía eléctrica. El agua potable y alcantarillado, está bajo la administración de la Sub Gerencia de Agua y Saneamiento de la Municipalidad Provincial de San Pablo.

En cuanto a comunicaciones, San Pablo cuenta con servicio de telefonía móvil, con líneas operadoras de Movistar, Claro y Bitel; asimismo, se cuenta con telefonía fija establecida principalmente en la zona urbana. También se cuenta con servicio de internet.

Por otro lado, el distrito de San Pablo cuenta con un centro de salud, en donde se brindan distintos servicios médicos, pero con intervenciones médicas muy básicas. El resguardo de la población está a cargo de la jefatura la Policía Nacional del Perú, a través de la Comisaria PNP San Pablo, pero en algunos casos trabajan de forma articulada con las rondas campesinas, de esta manera apoyan con la seguridad de la población.

Planta turística

Con base en Nureña Castillo (2016) la planta turística se compone de equipamiento e instalaciones, el equipamiento está constituido por las empresas o establecimientos que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista como hospedajes, restaurantes, empresas de transporte turístico, agencias de viajes, discotecas, centros de convenciones, etc.; y las instalaciones que sirven para facilitar la práctica de actividades vinculadas al turismo como miradores, muelles, etc.

El distrito de San Pablo, muestra una oferta hotelera muy escasa, en su mayoría se ha desarrollado casas hospedajes como parte de actividad comercial familiar, solo algunos hostales tienen el confort y los servicios obligatorios para brindar una estadía placentera. Los servicios prestados por estos establecimientos podrían calificar como regular, debido a la falta de cortesía de algunos empleados, aún falta capacitación en temas de atención al cliente. Sin embargo, hay empleados comprometidos con su lugar de trabajo; es decir, se encuentran debidamente uniformados. Es necesario resaltar, que las habitaciones, pasillos y recepciones se muestran completamente limpias.

El servicio de alimentación, es una necesidad básica y forman parte de los servicios turísticos y estos suelen ser los restaurantes quienes ofrecen este servicio. La oferta de este servicio está dirigida para consumo de la población local, pero no excluyen la atención a los turistas que visitan el lugar para realizar sus actividades turísticas. El servicio de los restaurantes se adapta ampliamente al destino, pero no reúne las particularidades de calidad. Es necesario desarrollar programas de formación específicas para que estos establecimientos brinden un servicio de calidad y se adapten a las necesidades de sus consumidores incluyendo los turistas.

Se cuenta con una pequeña oficina de información turística, ubicada en las instalaciones de la Municipalidad de San Pablo. No se cuenta con agencias de viajes, ni servicio de guiado turístico.

Hay que resaltar que los caminos hacia algunos atractivos turísticos se encuentran en mal estado de conservación, por lo que se concuerda con las expresiones del Sr. Ederson Aguilar Palomino: “La planta turística se encuentra en un estado lamentable puesto que los atractivos se encuentran degradados por el mal cuidado, pues no existe un constante mantenimiento por parte de las autoridades, y en cuanto a los servicios de transporte, hospedaje y alimentación estos no tienen un convenio interno, lo cual impide que se forme una alianza en la cual se pueda ganar de manera colectiva”.

Demanda turística

Sin duda alguna, la demanda turística la conforman las personas que podrían ser nacionales o extranjeros, que se desplazan hacia un destino turístico en función a sus motivaciones para satisfacer sus actividades turísticas programadas.

La demanda turística que recibe el distrito de San Pablo principalmente es de ámbito regional y nacional, el trascendental motivo involucra actividades de fines culturales (visitas al Sitio arqueológico Kuntur Wasi). La mayor afluencia turística se muestra en los meses de junio y setiembre. El promedio de estadía es 1 a 2 noches. Sin embargo, en el mes de diciembre el crecimiento turístico es significativo, debido a la celebración del aniversario del distrito.

Actualmente, el distrito de San Pablo de manera sosegada viene tomando iniciativas para convertirse en un destino turístico, es un lugar que cuenta con distintos recursos y atractivos turísticos, por lo que, sería de vital importancia, que las autoridades locales,

empresa privada y población trabajen de manera articulada con el objetivo de promover el turismo cultural y el turismo de naturaleza que son sus potenciales más destacables.

Comunidad receptora

La comunidad receptora está constituida por los habitantes de la comunidad donde se desarrolla las actividades turísticas. Se podría considerar que muchas comunidades tienen particularidades en cuanto a su idioma, religión, vestimenta, costumbres y tradiciones, por lo que, el visitante asumir el compromiso de respetar sus rasgos de identidad. En algunos casos brindan servicios necesarios para la satisfacción de los visitantes y son un elemento importante en el desarrollo de las actividades turísticas. Es necesario recalcar, que nivel de simpatía y hostilidad exhibido por la comunidad anfitriona puede determinar la visita o el regreso de un turista a un destino turístico, es decir las actitudes que muestren los pobladores de la comunidad local hacia los turistas puede determinar el éxito o el fracaso de un destino turístico.

De acuerdo con el Sr. Juan Juez Morales Alva, Gerente de desarrollo económico de la Municipalidad Distrital de San Pablo, manifestó que: “Los pobladores no cuentan con la información pertinente sobre el concepto de turismo lo cual obstaculiza el avance del mismo, es por ello que se deberían hacer campañas masivas de información con el fin de sensibilizar al cuidado y valoración de los recursos que cuenta San Pablo explicándoles que existe una buena oferta turística la cual puede aportar enormemente a la economía provincial y de hecho potenciar la calidad de vida de la población”.

Constatando esta situación, es notorio que la población del distrito de San Pablo no estima ni ha tomado conciencia que el turismo puede generar desarrollo en su comunidad, es muy diminuto los personajes que han optado por enfocarse en actividades relacionadas

con el turismo. El nivel de conciencia turística de la comunidad es muy insipiente, consideran poca importancia las actividades turísticas como una oportunidad de desarrollo, prefiriendo optar por otras actividades.

Por lo que se concuerda con el Sr. Juan Morales que, para superar este escenario desfavorable, se debe iniciar un sumario estructurado de sensibilización y capacitación, a través de charlas y talleres en las instituciones educativas, participación de visitas a los atractivos turísticos culturales del distrito de San Pablo, esto permitirá a la comunidad hacer del turismo una opción de desarrollo económico y social.

En resumen, el sistema turístico que tiene el distrito de San Pablo muestra condiciones favorables, cuenta con distintos atractivos turísticos que prometen motivar al turista tanto nacional como extranjero. El acceso cumple escenarios de perfecto estado. En cuanto a los servicios de hospedaje y restaurantes falta mejorar algunos aspectos que son muy importantes siendo uno de ellos la calidad de servicio. Existe demanda turística, pero se podría mejorar el flujo turístico si se muestra otras alternativas como el turismo de aventura, dándole valor agregado al destino. La comunidad se identifica con sus manifestaciones culturales, pero falta mejorar la conciencia turística, de tal forma que el turista se lleve una buena imagen de la población con intenciones de volver a visitar y/o recomendar la visita de otras personas.

4.2.MOTIVACIONES DEL TURISTA QUE ARRIBA A LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO

Según los datos recolectados a través de la ampliación de encuesta dirigida a los turistas, el principal motivo de su desplazamiento hacia el Distrito de San Pablo se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 6 Motivaciones del turista que arriba al Distrito de San Pablo

| MOTIVACIÓN | FRECUENCIA | % |
|----------------------------|------------|-------------|
| Disfrutar de la naturaleza | 13 | 21 % |
| Salir de la rutina | 15 | 8 % |
| Vacaciones u ocio | 6 | 10 % |
| Experimentar la cultura | 24 | 39 % |
| Nuevas aventuras | 2 | 3 % |
| Por trabajo o negocios | 0 | 0 % |
| Visita amigos o familiares | 12 | 19 % |
| TOTAL | 62 | 100% |

Nota: Datos porcentuales obtenidos de la encuesta aplicada mediante trabajo de campo.

Como se puede apreciar, la tabla 6 determina que, la principal motivación de desplazamiento de los turistas que arriban al Distrito de San Pablo es para experimentar la cultura con un 39 %, seguido de aquellos que gustan del disfrute de naturaleza con 21%. Este indicador es importante conocerlo; dado que, la riqueza cultural y natural serán sus pilares imperantes del lugar. Por ello, los involucrados en rubro turístico deberían tomar acciones necesarias mediante un trabajo colectivo mirando al turismo como una oportunidad de desarrollo de la comunidad y empresas turísticas.

4.3. ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO

Clasificación y categoría

Se logró identificar tres clases de establecimientos de hospedaje, entre ellos:

Tabla 7 Identificación de establecimientos de hospedaje / Clase Hotel

| N° | CATEGORÍA | NOMBRE COMERCIAL | DIRECCIÓN | N° HABITAC. |
|----|-------------|-------------------|----------------|-------------|
| 01 | 2 estrellas | HOTEL KUNTUR WASI | Jr. Lima # 404 | 23 |

Nota: Obtenido del trabajo observatorio de campo.

Tabla 8 Identificación de establecimientos de hospedaje / Clase Hostal

| N° | CATEGORÍA | NOMBRE COMERCIAL | DIRECCIÓN | N° HABITAC. |
|----|-------------|------------------|-------------------------------|-------------|
| 01 | 1 estrella | SAN GABRIEL | Jr. Francisco Bolognesi S/N | 07 |
| 02 | 1 estrella | STEFANO | Pje. Chinayaco S/N | 06 |
| 03 | 2 estrellas | GREYSI | Jr. Lorenzo Iglesias # S/N | 10 |
| 04 | 2 estrellas | JUAN ANTONIO | Jr. Miguel Iglesias # 443 | 08 |
| 05 | 1 estrella | C&S | Jr. Francisco Bolognesi # 151 | 05 |

Nota: Obtenido del trabajo observatorio de campo.

Tabla 9 Identificación de establecimientos de hospedaje / Casa Hospedaje

| N° | CATEGORÍA | NOMBRE COMERCIAL | DIRECCIÓN | N° HABITAC. |
|----|---------------|------------------|---------------------------|-------------|
| 01 | Sin categoría | LOS MELLIZOS | Jr. Néstor Batanero # 416 | 15 |
| 02 | Sin categoría | EL DELFÍN | Jr. Néstor Batanero # 541 | 34 |
| 03 | Sin categoría | SAN PABLO | Jr. Miguel Iglesias # 464 | 11 |
| 04 | Sin categoría | LA PALMERA | Jr. Miguel iglesias # 241 | 04 |

Nota: Obtenido del trabajo observatorio de campo.

Tabla 10 Representación porcentual de establecimientos hoteleros por categoría

| CLASE | CANTIDAD | % |
|----------------|-----------|-------------|
| HOTELES | 1 | 10% |
| HOSTALES | 5 | 50% |
| CASA HOSPEDAJE | 4 | 40% |
| TOTAL | 10 | 100% |

Nota: Obtenido del análisis de trabajo observatorio de campo.

Como se puede apreciar, la actividad hotelera que ostenta el Distrito de San Pablo principalmente está constituido por Hostales con una representación de 50%, casi todos

con categoría muy básica, seguido de las casas hospedaje que representa el 40% y solo un 10% constituida por hoteles.

Disponibilidad de habitaciones y camas

Tabla 11 Representación porcentual de camas por clase de establecimientos

| CLASE | N° HABITAC. | N° CAMAS | % CAMAS |
|----------------|--------------|--|-------------|
| Hoteles | 23 | 25 (16 simples, 5 matrimonial, 2 dobles) | 16% |
| Hostales | 36 | 43 (33 simples, 5 dobles) | 28% |
| Casa hospedaje | 64 | 88 (48 simples, 8 matrimonial, 13 dobles y 2 triple) | 56% |
| | TOTAL | 156 | 100% |

Nota: Obtenido del análisis de trabajo observatorio de campo.

La tabla 10, muestra que las sumatoria de camas de todos los establecimientos de hospedaje del distrito de San pablo ascienden a un total de 156. De ahí que, las casas hospedaje cuentan con el 56 % del total de camas, seguido de los hostales con 28% y hoteles con 16%. Analizando esta perspectiva y considerando la capacidad de carga hotelera, se observa que el Distrito de San Pablo como destino turístico no está en condiciones suficientes de albergar un significativo número de visitantes por lo que, solo cuenta con habitaciones y camas super limitadas.

Tarifas

Respecto a las tarifas o precios que muestran los distintos establecimientos de hospedaje son variables, en función a la clase, categoría y calidad de servicio. Pero el tipo de habitación también son los determinantes para fijar el precio de su oferta. Tal como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 12 Tarifas promedio por tipo de habitación en Hoteles

| HOTELES | TARIFA PROMEDIO |
|-------------------------|-----------------|
| Habitación simple (SWB) | S/40.00 |
| Habitación doble (DWB) | S/60.00 |

Nota: Obtenido del análisis de trabajo observatorio de campo.

Tabla 13 Tarifas promedio por tipo de habitación en Hostales

| HOSTALES | TARIFA PROMEDIO |
|------------------------------|------------------------|
| Habitación simple (SWB) | S/45.00 |
| Habitación matrimonial (MWB) | S/55.00 |
| Habitación doble (DWB) | S/65.00 |

Nota: Obtenido del análisis de trabajo observatorio de campo.

Tabla 14 Tarifas promedio por tipo de habitación en casa hospedaje

| CASA HOSPEDAJE | TARIFA PROMEDIO |
|------------------------------|------------------------|
| Habitación simple (SWB) | S/30.00 |
| Habitación matrimonial (MWB) | S/35.00 |
| Habitación doble (DWB) | S/50.00 |
| Habitación triple (TWB) | S/ 75.00 |

Nota: Obtenido del análisis de trabajo observatorio de campo.

4.4.CONDICIONES DEL SERVICIO QUE BRINDAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA – DISTRITO DE SAN PABLO

A continuación, se presentan los resultados descriptivos y análisis respecto a las condiciones del servicio que brindan los establecimientos de hospedaje del Distrito de San Pablo obtenidos a través del trabajo observatorio de campo.

Gestión hotelera

La correcta gestión de un establecimiento hotelero depende, entre otras cosas, de satisfacer a los huéspedes, preservar a los colaboradores, establecer objetivos comunes, trabajar en equipo y saber actuar ante circunstancias adversas y obtener beneficios. Por lo tanto, las empresas del rubro hotelero deben ser conscientes de la importancia de una buena gestión hotelera, considerando que el establecimiento logre una buena imagen a

través del servicio que brinda, incluyendo elementos tangibles e intangibles que apunten a satisfacer las necesidades o requerimientos que busca el turista.

Se puede apreciar que los distintos establecimientos de hospedaje del Distrito de San Pablo operan sin propósitos fundamentales que les conduzcan alcanzar el éxito, es decir no tienen una misión y visión determinada, como consecuencia de ello, carecen de metas que les permita sentar bases favorables para su plan de negocios y desarrollar estrategias en el mercado turístico.

Por otro lado, la mayoría de establecimientos funcionan de manera informal; por ello, el desconocimiento del reglamento de establecimientos de hospedaje, los propietarios deberían estar comprometidos en acogerse al reglamento, con la finalidad de mejorar su categorización que en un corto plazo que les generaría mejores ingresos. Sin embargo, son las autoridades quienes deberían exigir el cumplimiento de ello, pero tampoco existe iniciativa por parte de ellos.

Todo este aspecto repercute en la calidad de servicio que se brinda en los distintos establecimientos, tal como lo afirma Sr. Juan Jaz Morales Alva: “Los establecimientos hoteleros dos de ellos atienden en calidad de hospedajes mientras otros por su servicio solo funcionan a modo de alojamientos lo cual indica que se debería mejorar e implementar la calidad de servicios ofrecidos al visitante”.

Otro aspecto de consideración, es que los propietarios de la mayoría de establecimientos de hospedaje no están acorde de las nuevas tendencias y exigencias de los turistas; por ejemplo, los estándares de seguridad e higiene son definitivamente la máxima prioridad, en relación a ello, hay muchas tendencias turísticas relacionadas con este aspecto. En ese

sentido, se debe mejorar la limpieza, el distanciamiento social, proporcionar alcohol para desinfectar las manos y usar mascarillas en algunos entornos.

Es cierto que los factores principales para mejorar la demanda hotelera siempre será la limpieza, las tarifas y la experiencia de los huéspedes, pero hay otros aspectos que se debe implementar para mejorar la ocupación de las habitaciones, sin embargo, la actividad hotelera del Distrito de San Pablo no tienen un plan de marketing, nunca han implementado estrategia para publicitar sus servicios y diferenciarse de sus competidores; como consecuencia, no tiene una identidad e imagen corporativa única, por ello, están en el anonimato en perjuicio de sus intereses comerciales.

En general, se ha logrado evidenciar que los establecimientos de hospedaje del Distrito de San Pablo, son administrados por sus mismos propietarios, es notable el rol administrador empírico; asimismo, algunos por ser un negocio familiar, se ha implicado a gran parte de la familia en el proceso del servicio hotelero.

Todos los aspectos anteriormente mencionados, serían la consecuencia de no establecer una correcta gestión hotelera, pero a pesar de estas anomalías la actividad hotelera si contribuye al crecimiento del turismo en la Provincia – Distrito de San Pablo, los entrevistados así lo refieren.

Prof. Elio Nobel Burgos Vargas: “La actividad hotelera sí contribuye a mejorar el crecimiento turístico, es un servicio necesario para que el turista pernocte por más días en el Distrito de San pablo; si ellos, no sería viable la visita del lugar por más de un día”

Sr. Ederson Demichelle Aguilar Palomino: “La actividad hotelera que se desarrolla en San Pablo es muy importante y favorece no solo al crecimiento del turismo, si no también al desarrollo local, pero solo compensan las necesidades básicas de los visitantes ya que

falta mejorar muchos aspectos para que los visitantes puedan tener una buena experiencia con estos servicios”

Sr. Juan Juez Morales Alva: “Los servicios hoteleros son muy importantes para el crecimiento turístico, pero también es un pilar para el desarrollo económico porque tiene elementos característicos, destacando la generación de empleo; sin embargo, es importante mejorar la calidad del servicio, porque ello repercutiría en la expectativa de servicio que se brinda al huésped.”

Tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 15 Expectativa del servicio brindado en los establecimientos de hospedaje

| EXPECTATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|-------------|
| Muy bueno | 4 | 6 % |
| Bueno | 15 | 24 % |
| Regular | 33 | 53 % |
| Malo | 10 | 16 % |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | | 62 |
| | | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

Los huéspedes que pernoctaron en los establecimientos de hospedaje, un 53% se llevaron una expectativa de servicio regular, mientras que un 24% de los encuestados tuvieron una expectativa buena; sin embargo, existe un significativo 16% que se llevaron una mala expectativa; por lo que, urge mejorar una correcta gestión hotelera superar las expectativas que el huésped esta pretendiendo.

De la misma forma, se reafirma con la calificación del ofrecimiento prometido por el establecimiento de hospedaje, tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 16 Calificación del ofrecimiento prometido por los establecimientos de hospedaje

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Muy bueno | 4 | 6 % |
| Bueno | 8 | 13 % |
| Regular | 47 | 76 % |
| Malo | 3 | 5 % |

| | | |
|----------|----|-------|
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | 62 | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

Como se puede apreciar, la calificación del ofrecimiento que prometen los establecimientos de hospedaje del Distrito de San Pablo es regular con un 76%, este resultado sería consecuencia debida a la escasa gestión hotelera que tienen los establecimientos.

Infraestructura

La ventaja de los establecimientos hoteleros del Distrito de San Pablo, es que están ubicados en el centro histórico de la ciudad, es decir su ubicación de cada uno de ellos son muy propicio, siendo posible acceder fácilmente caminando.

Los establecimientos están edificados en su mayoría hasta de tres plantas, cuentan con pequeñas áreas de recepción ubicadas en la entrada de cada establecimiento, algunos cuentan con sala de espera. El servicio de alojamiento se desarrolla en modestas habitaciones, con terminados impermeables de material noble, comedidamente pintados, los techados se aprecian en buen estado, las decoraciones son abstinentes, con muy escasos elementos llamativos, la mayoría de los ambientes cuentan con iluminación natural, pero todos cuentan luminaria artificial. Algunos establecimientos cuentan con televisión con cable e internet, pero ningún establecimiento presenta sistemas de ventilación y aire acondicionado.

En cuanto a los servicios higiénicos se observan en regulares condiciones de limpieza, algunos poseen inapropiada instalación de agua potable, tienen las paredes de recubiertos de mayólica, presentan inodoro, lavatorio y ducha.

Respecto a la infraestructura de los establecimientos de hospedaje, se obtuvo lo siguiente:

Tabla 17 Calificación de la infraestructura del hotel donde se alojó el huésped

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Muy bueno | 0 | 0 % |
| Bueno | 6 | 10 % |
| Regular | 48 | 77 % |
| Malo | 8 | 13% |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | 62 | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

Como se puede observar, la calificación de la infraestructura de los establecimientos de hospedaje es regular con 77%, pero existe un 13% que califican como mala a la infraestructura. Por lo que es necesario mejorar los estándares que exige el reglamento de establecimientos de hospedaje.

Actitud de los colaboradores

Los colaboradores que laboran en los establecimientos de hospedaje deben cumplir ciertos requisitos como parte del perfil requerido para trabajar en este tipo de empresas turísticas. Se debe considerar especialmente de acuerdo con las necesidades y requerimientos de cada establecimiento, es decir, que reúnan cualidades necesarias como empleado de una empresa turística, en el mayor de los casos que cuenten con estudios técnicos o universitarios, conocimientos básicos de inglés, cortesía, empatía y una amplia gama de ocupaciones relacionadas con el servicio.

Se observa que el número de colaboradores con los que cuentan los establecimientos de hospedaje del Distrito de San Pablo es muy mínimo, cuentan colaboradores básicos, un recepcionista y un encargado de limpieza, solo en algunos establecimientos se cuenta con la presencia de un administrador. Es notable que el nivel de estudios de los colaboradores solo cuenta con secundaria completa; por lo que, ninguno tiene estudios universitarios o

técnicos en hotelería y nadie tiene conocimientos en idiomas. En otras palabras, las funciones que desarrollan los colaboradores son de manera empírica.

A continuación, se muestra la calificación de la actitud de los colaboradores respecto al servicio de atención al huésped:

Tabla 18 Calificación de la empatía de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Muy bueno | 12 | 19 % |
| Bueno | 28 | 45 % |
| Regular | 18 | 29 % |
| Malo | 6 | 6% |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | 62 | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

Del total de encuestados, el 45% indica que los colaboradores de los establecimientos de hospedaje son empáticos en su atención brindada, si les brindaron trato amable, creando así en los turistas una impresión grata y de conformidad. Sin embargo, el 6% menciona que el establecimiento no cumplió un servicio empático por parte de los colaboradores, esto puede darse por falta de capacitación en atención al cliente o huésped.

Es necesario que las autoridades pongan énfasis en desarrollar talleres de capacitación relacionado en atención al cliente; dado que, el mismo Gerente de Desarrollo Económico de la Municipalidad de San Pablo, Sr. Juan Juez Morales Alva ha indicado que “No se ha realizado ningún taller de capacitación por parte de la municipalidad, debido a que se priorizó otras actividades económicas que de una manera u otra dejaron de lado a estos servicios que son importantes para el desarrollo del turismo”. Con capacitaciones, talleres y trabajo mancomunado se lograría mejorar este aspecto.

Tabla 19 Calificación de confianza de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Muy bueno | 2 | 3 % |
| Bueno | 33 | 53 % |
| Regular | 26 | 42 % |
| Malo | 1 | 2% |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | 62 | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

La tabla 19, muestra que el nivel de confianza que el huésped tienen respecto a los colaboradores de los establecimientos de hospedaje en el Distrito de San Pablo es bueno con una clasificación de 53%, y regular con 42%. Estos datos nos indican que, existe un grado satisfactorio de confianza en los distintos establecimientos que albergan huéspedes en el distrito de San Pablo.

Tabla 20 Calificación de la eficiencia de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Muy bueno | 0 | 0 % |
| Bueno | 16 | 26 % |
| Regular | 34 | 55 % |
| Malo | 12 | 19% |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | 62 | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

Del total de encuestados, el 55% indica que los colaboradores de los establecimientos de hospedaje son regularmente eficientes en su atención brindada, mientras que el 19% indica que la eficiencia del servicio brindado es malo. Estos indicadores hacen referencia de la incapacidad de respuesta en el momento oportuno, hay que recordar que muchos huéspedes requieren ser atendidos lo más pronto posible y eso se demuestra en la eficiencia del servicio brindado.

Tabla 21 Calificación de la presentación de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------------|
| Muy bueno | 0 | 0 % |
| Bueno | 24 | 39% |
| Regular | 30 | 48% |
| Malo | 8 | 13% |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | 62 | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

La tabla 21, muestra una calificación regular respecto a la presentación de los colaboradores que brindan servicio en los establecimientos de hospedaje, representado por el 48% de encuestados, el 39% califica como bueno; mientras que el 13% indica que es malo. Hay que recordar que la buena presentación incluye aspectos básicos como: aseo personal, uniforme limpio y planchado.

Satisfacción del huésped

Brindar servicios de calidad es esencial para la satisfacción de los huéspedes, un servicio de calidad es esencial para que las personas reconozcan el valor añadido de un hotel. Hoy en día un servicio básico no es suficiente en relación a los requerimientos y exigencias que un cliente busca o quiere experimentar.

De manera general, el grado de satisfacción del servicio que obtuvieron los huéspedes en los establecimientos de hospedaje, fue la siguiente calificación:

Tabla 22 Grado de satisfacción de los huéspedes respecto al servicio que le brindaron

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------------|
| Muy bueno | 0 | 0 % |
| Bueno | 13 | 21% |
| Regular | 37 | 60% |
| Malo | 12 | 19% |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | 62 | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

Del total de encuestados, el 60% indica que obtuvieron una regular satisfacción respecto al servicio que le brindaron en los establecimientos de hospedaje, el 21% califica una satisfacción buena; sin embargo, un trascendental 19% califica un grado de satisfacción malo.

Es necesario indicar, que las tendencias de la demanda hotelera esta en constante cambio, los huéspedes ya no ven a los establecimientos de hospedaje solo como lugares para dormir, sino que estos superen sus expectativas, con valor añadido, que involucre los factores de gestión hotelera, infraestructura y actitud de los colaboradores. De esta manera, la actividad hotelera del Distrito de San Pablo deberá enfocarse en mejorar la satisfacción de los huéspedes (demanda hotelera).

Por otro lado, la calificación respecto a si los atractivos turísticos ofrecidos despiertan su interés por volver a visitarlos, fue la siguiente:

Tabla 23 Grado de interés por volver a visitar los atractivos turísticos

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|-------|
| Muy bueno | 22 | 35 % |
| Bueno | 35 | 56% |
| Regular | 5 | 8% |
| Malo | 0 | 0% |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | 62 | 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

Como se puede apreciar en la tabla 23, los turistas despiertan su interés por volver a visitar los atractivos turísticos del Distrito de San Pablo. Es decir, su potencial turístico son sus atractivos tanto culturales como naturales.

Asimismo, la calificación respecto a si San Pablo es un sitio turístico para recomendar, fue la siguiente:

Tabla 24 Grado de interés si San Pablo es un sitio turístico para recomendar

| CALIFICACIÓN | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------------|
| Muy bueno | 19 | 31% |
| Bueno | 33 | 53% |
| Regular | 10 | 16% |
| Malo | 0 | 0% |
| Muy malo | 0 | 0 % |
| TOTAL | | 62 100 % |

Nota: Obtenido de la aplicación de encuesta realizada a los turistas que pernoctaron en el Distrito de San Pablo.

Del total de encuestados, el 53% indica que el Distrito de San Pablo es un buen lugar para visitar por lo que lo recomendarían incitando a otras personas a que visiten el lugar, el 31% muy bueno para recomendarlo, solo un 16% indica que es un lugar regular para recordarlo visitar.

A pesar de las anomalías que existen, como indica el Sr. Ederson Aguilar Palomino “los atractivos se encuentran degradados por el mal cuidado, pues no existe un constante mantenimiento por parte de las autoridades, y en cuanto a los servicios de transporte, hospedaje y alimentación estos no tienen un convenio interno, lo cual impide que se forme una alianza en la cual se pueda ganar de manera colectiva”. Los turistas recomiendan su visita. Dentro de este contexto se debe trabajar y establecer alianzas entre autoridades, empresas privadas y población, que de manera conjunta y en mediano plazo se enfoquen en el desarrollo turístico.

4.5.DISCUSIÓN

La actividad hotelera entendida como parte fundamental del sistema turístico para el desarrollo y crecimiento del turismo; es indispensable, ya que mediante el servicio que brindan, facilitan la pernoctación de los turistas en los destinos turísticos y la experiencia de las distintas actividades que motivaron su desplazamiento.

Como se muestra en los resultados de la aplicación de encuestas, para algunos podría ser no indefectible los establecimientos categorizados; sin embargo, la expectativa de los huéspedes que pernoctaron en los establecimientos de hospedaje es regular, que se refleja en un 53%, es evidente que, gran parte de los encuestados espera que los establecimientos de hospedaje superen sus expectativas, que garanticen su pernoctación, seguridad y confort.

Santiago Benjamín (2008) menciona que las relaciones entre colaboradores – cliente son importantes, pero además de ello, hace falta identificar otros problemas que aquejan a estos, así como la limpieza que debe ser de mejor calidad posible, la seguridad y la confianza. De este modo, para que haya un vínculo entre las percepciones y las expectativas previamente suscitadas para su desarrollo de la actividad hotelera, es mejorar los servicios de acuerdo a las tendencias que exige la demanda turística. Por lo que se concuerda con lo mencionado suscrita por Santiago Benjamín.

Según Ceupe citado de la Organización Mundial del Turismo – OMT (1994) el sistema turístico es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí, que evolucionan de forma dinámica para configurar la naturaleza de la actividad turística. En ese sentido, un sistema turístico describe las relaciones de los elementos que lo componen, estos componentes determinan el potencial que posee el destino, que resulta un reflejo en la contribución del

desarrollo turístico, que también significa ganar divisas. El principal potencial que hoy tiene el distrito de San Pablo son sus atractivos turísticos, pero es necesario que, los demás componentes contribuyan favorablemente el desarrollo turístico. Tal como manifiesta Juan Morales Alva los componentes del sistema turístico, “sí son muy importantes para el crecimiento turístico, pero debe mejorar su calidad del servicio que se ofrece porque esto generará un impacto en la percepción de los demandantes, es por ello que se debe satisfacer y cumplir con las expectativas que se ofrece”. Todo ello, de manera particular los propietarios de los establecimientos de hospedaje del distrito de San Pablo, son sensatos para que exista un crecimiento turístico depende de todos los componentes, ya que todo trabaja sistemáticamente, esto reflejará en la satisfacción del turista, que podrá capturar los mejores momentos y experiencias vividas de todo el lugar que visitó.

Mejorar el servicio interno es fundamental en los establecimientos de hospedaje, concebir la satisfacción y fidelizar a los huéspedes es importante, para ello se debe tomar en cuenta una serie de acciones, que implican las actitudes de los colaboradores, la infraestructura de los establecimientos y sobre todo una correcta gestión hotelera, aunque ningún establecimiento cuenta con un plan empresarial que logre una buena imagen a través del servicio que brinda, incluyendo elementos tangibles e intangibles que apunten a satisfacer las necesidades o requerimientos que busca el turista. Los establecimientos operan sin propósitos fundamentales que les conduzcan alcanzar el éxito, no tienen una misión y visión determinada, carecen de metas que les permita sentar bases favorables para su plan de negocios y desarrollar estrategias en el mercado turístico. En este caso, se necesita herramientas que permitan una correcta gestión hotelera, que admitan estar informados de las ocurrencias que puedan existir dentro del establecimiento y gestionar todos los procesos con el aforismo eficiencia para las decisiones estratégicas con el mínimo riesgo.

4.6. APORTE DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN HOTELERA Y FOMENTAR EL CRECIMIENTO DEL TURISMO EN EL DISTRITO DE SAN PABLO

Objetivo general

Mejorar la gestión hotelera y fomentar el crecimiento del turismo en el distrito de San Pablo, donde los turistas satisfagan sus expectativas mediante servicios competitivos, con un personal capacitado, motivado y comprometido.

Análisis FODA

A continuación, se realiza un diagnóstico mediante matriz FODA con el propósito de precisar la situación actual del servicio brindado en los establecimientos de hospedaje del distrito de San Pablo.

Tabla 25 Análisis FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Establecimientos ubicados en la parte céntrica de la ciudad.- Empatía y trato familiar hacia los huéspedes.- Atractivos turísticos como principal potencial para el desarrollo del turismo.- Conectividad apropiada hacia el destino turístico. | <ul style="list-style-type: none">- Falta mejorar la gestión hotelera en cada establecimiento.- Colaboradores solo con conocimientos empíricos.- Colaboradores no cuentan con capacitación técnica.- Establecimientos con infraestructura muy básica.- Insuficiente plan de marketing. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none">- Crecimiento del flujo turístico en la región Cajamarca.- Recomendación de los visitantes al distrito de San Pablo en el mercado turístico. | <ul style="list-style-type: none">- Nuevas competencias en el sector hotelero.- Conflictos sociales por extracción minera. |

Nota: Elaborado en base al análisis de la encuesta, entrevista y trabajo de campo.

Estrategias y acciones

A continuación, se proponen las siguientes estrategias de gestión hotelera:

Tabla 26 Estrategias y acciones orientadas al departamento de administración

| OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | RESPONSABLES Y PARTICIPANTES |
|--|--|--|--|
| Motivar a los colaboradores a mejorar el servicio al cliente. | Definir planes de capacitación y formación para que los colaboradores perfeccionen el servicio al cliente, siendo más competitivos y eficientes. | <p><u>Capacitaciones en:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención al Cliente. - Estándares de calidad de servicio. - Etiqueta telefónica. - Entender las necesidades del cliente. | <p><u>Responsables:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Administradores de los establecimientos. - Municipalidad de San Pablo. <p><u>Participantes:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Colaboradores de los distintos establecimientos de hospedaje. |
| Forjar el compromiso de identificación con el establecimiento donde laboran. | Elaborar una estructura organizacional y políticas de empresa en mejora del compromiso de identificación de los colaboradores con su lugar de trabajo. | <ul style="list-style-type: none"> - Establecer una cultura organizacional, con misión, visión y valores, que apunten a lograr una buena imagen de la empresa. - Sub contratación de servicios para confección de indumentaria de trabajo. | <p><u>Responsables:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Propietario o gerente de cada establecimiento de hospedaje. <p><u>Participantes:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Colaboradores de los distintos establecimientos de hospedaje. |
| Crear un buen clima laboral | Incentivar a los colaboradores para fomentar un adecuado desempeño laboral y mejor productividad. | <ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidad en el lugar de trabajo. - Reconocer los logros de los colaboradores. - Crear programas de aprendizaje y desarrollo. - Remuneración de horas extras. - Día no laborable en fecha de su cumpleaños. | <p><u>Responsables:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Propietario o administrador de cada establecimiento de hospedaje. |
| Instituir una página web del establecimiento, para realizar reservas u otras gestiones por parte de los huéspedes. | Mejora en desarrollo tecnológico | <ul style="list-style-type: none"> - Creación de una página web para dar a conocer los servicios y promociones de los establecimientos entre otros datos que resulten importantes para el cliente. | <p><u>Responsables:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnico en computación y avance tecnológico. - Control a cargo del propietario o administrador de cada establecimiento de hospedaje. |
| Mejorar categorización del establecimiento | Acogerse a las disposiciones del Reglamento de Establecimiento de Hospedaje | <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la infraestructura de los diferentes ambientes de los establecimientos. | <p><u>Responsables:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Propietario - Arquitecto o ingeniero civil. - Albañiles. |

Nota: Esta tabla muestra un aporte estratégico para mejorar la gestión hotelera en los distintos establecimientos de hospedaje del distrito de San Pablo.

Tabla 27 Estrategias y acciones orientadas al área de Recepción y Housekeeping

| OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | RESPONSABLES Y PARTICIPANTES |
|---|---|--|--|
| Garantizar la satisfacción del cliente | Contratar colaboradores idóneos que ostenten los perfiles para los puestos destinados, en tal caso capacitarlos de manera permanente. | <ul style="list-style-type: none"> - Establecer formas y técnicas de servicio y atención al cliente. <u>Capacitaciones:</u> Relacionadas al servicio y atención al cliente en las áreas de Recepción y Housekeeping. | <u>Responsables:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Administradores de los establecimientos. - Convenio con la Municipalidad de San Pablo. <u>Participantes:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Colaboradores de los distintos establecimientos de hospedaje. |
| Desarrollar el trabajo de manera ordenada, evitando incomodidad entre los colaboradores y huéspedes | Elaborar un manual de funciones de para el área de Recepción y Housekeeping. | <ul style="list-style-type: none"> - Charlas explicativas acerca del desarrollo del manual de funciones. - Emplear los registros y formatos físicos establecidos. | <u>Responsables:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Administradores de los establecimientos. <u>Participantes:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Colaboradores de los distintos establecimientos de hospedaje. |

Nota: Esta tabla muestra un aporte estratégico para mejorar la gestión hotelera en los distintos establecimientos de hospedaje del distrito de San Pablo.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La situación actual del sistema turístico del distrito de San Pablo muestra condiciones favorables, cuenta atractivos turísticos naturales y culturales que prometen motivar al turista nacional y extranjero. El acceso cumple escenarios de perfecto estado. En cuanto a los servicios de hospedaje y restaurantes falta mejorar algunos aspectos, siendo uno de ellos la calidad de servicio. Existe demanda turística, pero se podría mejorar el flujo turístico si se muestra otras alternativas como el turismo de aventura, dándole valor agregado al destino. La comunidad se identifica con sus manifestaciones culturales, pero falta mejorar la conciencia turística, de tal forma que el turista se lleve una buena imagen de la población con intenciones de volver a visitar y/o recomendar la visita de otras personas.
- El principal motivo que induce el desplazamiento de los turistas que arriban al Distrito de San Pablo es para experimentar la cultura con un 39 %, seguido de aquellos que gustan del disfrute de naturaleza con 21%. En ese sentido, la riqueza cultural y natural son sus pilares imperantes para el desarrollo del turismo.
- La actividad hotelera que se desarrolla en el Distrito de San Pablo, está constituida principalmente por Hostales con una representación de 50%, casi todos con categoría muy básica, seguido de las Casas Hospedaje que representa el 40% y solo un 10% constituida por Hoteles.
- Las condiciones de servicio que brindan los establecimientos de hospedaje de la Provincia – Distrito de San Pablo, lo realizan en base a razones empíricas de sus propietarios y colaboradores, es decir, no tiene conocimientos técnicos respecto a

gestión hotelera y calidad de servicio al cliente, operan sin propósitos fundamentales que les conduzcan alcanzar el éxito. La infraestructura de los establecimientos califica de regular con 77%, y un 13% califican como mala, por lo que es necesario mejorar los estándares que exige el reglamento de establecimientos de hospedaje. A pesar de estas anomalías la actividad hotelera si contribuye al crecimiento del turismo en la Provincia – Distrito de San Pablo, los entrevistados consideran que es un servicio necesario para que el turista pernocte por más días, construye al desarrollo local y es un pilar para la mejora económica, además compensan las necesidades básicas de los visitantes; ya que, si ellos, no sería viable la visita del lugar por más de un día. Bajo esta deducción, se corrobora la hipótesis planteada persistiendo claramente que la actividad hotelera de la en la Provincia – Distrito de San Pablo favorece significativamente en el crecimiento del turismo.

5.2.Recomendaciones

- El potencial turístico que tiene el Distrito de San Pablo son sus atractivos; por lo que, se recomienda a las autoridades de la jurisdicción poner énfasis en mejorar los accesos a los distintos atractivos y realizar gestiones para lograr la jerarquización de los mismos, sin dejar de lado a los demás elementos que conforma el sistema turístico.
- Con el fin de sensibilizar a la población respecto a la conciencia turística, se recomienda a las autoridades del Distrito de San Pablo, efectuar programas o actividades de sensibilización turística, a través de foros, charlas y/o talleres en instituciones educativas, visitas a los atractivos turísticos culturales y naturales, para que los lugareños hagan de la actividad turística una como una oportunidad que le beneficie de manera económica y sociocultural.

- Realizar programas de capacitación para fortalecer las aptitudes y capacidades en gestión hotelera dirigido a propietarios y administradores de los establecimientos de hospedaje del Distrito de San Pablo, esto se debe llevar a cabo mediante los órganos competentes DIRECTUR y Municipalidad, de tal forma que se fortifique las cogniciones empíricas que han adquirido los involucrados.
- Agenciarse de apoyo técnico para cada uno de los establecimientos que operan actualmente en el Distrito de San Pablo, que les permita asesorarse y cumplir con el reglamento de establecimientos de hospedaje que se exige para su funcionamiento y mejorar una clasificación o categorización.
- Establecer alianzas estratégicas entre hoteles, agencias de viaje, tour operadoras, etc., para poder facilitar a los visitantes los servicios que requiere.

LISTA DE REFERENCIAS

- Anged. (16 de Julio de 2012). *Zona de afluencia turística y comercio*. Recuperado el 27 de Mayo de 2022, de <https://www.anged.es/2012/07/zona-afluencia-turistica-comercio/>.
- Arias Odón, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas - Venezuela: EPISTEME, C.A.
- Arrillaga Sánchez, J. I. (1962). *Industria Hotelera*. Recuperado el 22 de Mayo de 2022, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrera_f_me/capitulo4.pdf.
- Cahuaya Rivera, R., & Ñahuincopa Arango, P. (2016). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes*. Huancayo - Perú: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Castaño Blanco, J. M., Moreno Sáez, A., García Dauder, S., & Crego Díaz, A. (2003). Aproximación psicosocial a la motivación turística. *Estudios Turístico*(158), 5-41.
- CEUPE. (s.f.). *Turismo*. Recuperado el 13 de Junio de 2022, de <https://www.ceupe.com/blog/estructura-del-mercado-turistico.html>.
- Cuzme Moran, A. A. (2020). *Informe de práctica de Hotel Sonesta*. Quevedo - Ecuador: Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
- Devesa Fernández, M., Laguna García, M., & Palacios Picos, A. (1997). Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, XIII(35-36).
- Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas. (28 de Setiembre de 2021). *Marca Cajamarca ubica a la región como cuarto destino turístico elegido a nivel nacional*. Recuperado el 07 de Junio de 2022, de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.regioncajamarca.gob.pe/portal/noticias/pdf/3422>.
- Fernández, G., Van Morlegan, C., & Guzmán Ramos, A. (2007). *Alojamientos turísticos y medio ambiente*. Buenos Aires - Argentina: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Flores Sédek, M. (1974). Las motivaciones turísticas. *Estudios Turísticos*(43), 91-114.
- Franco Neira, C. A. (2017). *Análisis de la afluencia turística actual en la comuna Montañita, parroquia Manglaralto y su impacto en el sector hotelero*. La Libertad - Ecuador: Universidad Península de Santa Elena.
- García, F. (17 de Diciembre de 2018). *Zona de gran afluencia turística*. Recuperado el 28 de Mayo de 2022, de <https://www.consumoteca.com/comercio/zona-de-gran-afluencia-turistica/>.
- González Limón, M. (2006). *Análisis de impacto económico y análisis DAFO del sector hotelero en Sevilla*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía.
- Guerrero González, P. E., & Ramos Mendoza, J. R. (2014). *Introducción al Turismo*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F: McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

- Leguía Granda, D. M. (2018). *Diseño de un sistema de contabilidad aplicado a la hotelería*. Arequipa - Perú: Universidad de San Agustín.
- Mafaldo Padilla, L. C., & Miranda Bardales, M. L. (2018). *Análisis de la oferta hotelera para los turistas extranjeros en la ciudad de Iquitos*. Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Martín Fuentes, M. T., & Recio Menéndez, M. (2006). *Análisis de la calidad percibida y motivación del turismo rural* (Primera ed.). Madrid: Dykinson.
- Martín Rojo, I. (2004). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico* (Tercera ed.). España: Ediciones Pirámide.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. (15 de Marzo de 2022). *Durante enero y febrero se alcanzó los 3,4 millones de viajes por turismo interno*. Recuperado el 07 de Junio de 2022, de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/590264-durante-enero-y-febrero-se-alcanzo-los-3-4-millones-de-viajes-por-turismo-interno>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú - MINCETUR. (25 de Noviembre de 2004). *Reglamento de Establecimiento de Hospedaje DECRETO SUPREMO N° 029-2004*. Recuperado el 17 de Mayo de 2022, de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-ESTABLECIMIENTO-DE-HOSPEDAJE.pdf>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú - MINCETUR. (2015). *Reglamento de establecimientos de hospedaje*. Lima: Decreto Supremo.
- Molina, S. (2007). *Fundamentos del nuevo turismo de la fase industrial a la de innovación*. México: Trillas S.a.
- Muñoz De Escalona, F. (2003). *El turismo explicado con claridad*. Amertown International S.A.
- Narváez Trejo, O. M., & Villegas Salas, L. I. (2014). *Introducción a la investigación: guía interactiva*. Recuperado el 07 de Junio de 2022, de <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/index.html>.
- Nunes Morgado, S., & García Baptista, A. R. (2008). *El turismo ibérico: un estudio de la afluencia turística*. Plasencia - España: Universidad de Extremadura. Centro Universitario de Plasencia.
- Nureña Castillo, G. (2016). *Situación de las empresas de alojamiento del distrito de Cascas y su relación con el desarrollo turístico local*. Trujillo - Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Pico Guastay, Á. R. (2016). *Buenas prácticas hoteleras como aporte al desarrollo del turismo consciente del cantón Ambato provincia de Tungurahua*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Plascencia Gutiérrez, J. A. (06 de Julio de 2016). *¿Qué motiva a viajar a las personas?* Recuperado el 03 de Junio de 2022, de <https://www.entornoturistico.com/que-motiva-a-viajar-a-las-personas/>.
- Pollack Celis, E. (29 de Enero de 2022). *Una mirada a la industria hotelera*. Recuperado el 07 de Junio de 2022, de <https://elperuano.pe/noticia/138306-una-mirada-a-la-industria-hotelera>.

- Quiróa Maldonado , D. E. (2014). *Servicio al Cliente en Hoteles de la Ciudad de San Marcos*. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar .
- Redacción PQS. (01 de Junio de 2015). *Incremento del turismo en el Perú impulsa a la industria hotelera*. Recuperado el 07 de Junio de 2022, de <https://pqs.pe/actualidad/economia/incremento-del-turismo-en-el-peru-impulsa-la-industria-hoteler/>.
- Reyes Pérez , G. (14 de Diciembre de 2020). *Los 6 elementos del sistema turístico*. Recuperado el 01 de Junio de 2022, de <http://proinversiontv.com/2020/12/14/los-6-elementos-del-sistema-turistico/>.
- Rodrigo, R. (09 de Noviembre de 2020). *Industria hotelera: definición y descripción general*. Recuperado el 10 de Mayo de 2022, de <https://estudyando.com/industria-hoteler-definicion-y-descripcion-general/>.
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento . *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1-26.
- Romero, S. (2008). *Manual de operaciones Hoteleras 2ed. EL salvador : Farolitos*. (Segunda ed.). El Salvador: Farolitos.
- Sandoval, C. (2012). *Definición de Hotelería*. Recuperado el 21 de Mayo de 2022, de <http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>.
- Santiago Benjamín, M. (2008). *Evaluación de la satisfacción del Cliente en la Productividad del Hotel Inca Roca, Puebla*. Puebla - México: Universidad de Las Américas Puebla - México.
- Secretaría de Turismo. (30 de Abril de 2022). *Afluencia turística nacional*. Recuperado el 05 de Mayo de 2022, de <https://mide.jalisco.gob.mx/mide/panelCiudadano/detalleIndicador/146#:~:text=La%20afluencia%20tur%C3%ADstica%20nacional%20es,destinos%20tur%C3%ADsticos%20de%20la%20entidad>.
- Teatino Llanos, R. (2019). *Características de calidad en los establecimientos de hospedaje y su relación con la demanda por el destino Cajamarca*. Cajamarca - Perú: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.
- Ucha, F. (Marzo de 2010). *Definición de Turista*. Recuperado el 07 de Junio de 2022, de <https://www.definicionabc.com/general/turista.php>.
- Vásquez Tantaleán, R. E. (2019). *Diagnóstico de la calidad del servicio en hostales 3 estrellas en el distrito de Cajamarca – 2017*. Cajamarca - Perú: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Wally. (15 de Abril de 2019). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 18 de Junio de 2022, de <http://pse-metiv.blogspot.com/p/explicativo.html>.
- Ybarra, M. M. (01 de Mayo de 2022). *¿Qué es el sector de la hostelería?* Recuperado el 15 de Mayo de 2022, de <https://www.eluniversaledomex.mx/que-es-el-sector-de-la-hosteleria>.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia de la investigación

| CUADRO MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN | | | | |
|---|---|--|--|---|
| Problema de investigación | Objetivos | Hipótesis de investigación | Variables y dimensiones | Metodología |
| Problema general: ¿De qué manera la actividad hotelera contribuye al crecimiento del turismo en la provincia – distrito de San Pablo? | Objetivo general: Determinar el efecto de la actividad hotelera sobre el crecimiento del turismo en la provincia – distrito de San Pablo. | La actividad hotelera de la en la Provincia – Distrito de San Pablo favorece significativamente en el crecimiento del turismo. | Variable independiente: Actividad Hotelera | Tipo de investigación: El presente estudio de investigación es de tipo descriptivo – explicativo Población: Los turistas y los elementos del sistema turístico, dentro de ellos los establecimientos de hospedaje del distrito de San Pablo. Muestra: 47 turistas y 10 representantes de establecimientos de hospedaje y 2 autoridades del Distrito de San Pablo. Técnicas: Observación, entrevista y encuesta. Instrumentos: Libreta de campo, cuestionario estructurado, ficha de encuesta, |
| Problemas específicos: ¿En qué situación se encuentra los elementos del sistema turístico de la provincia – distrito de San Pablo? | Objetivos específicos: Diagnosticar la situación actual de los elementos del sistema turístico de la provincia – distrito de San Pablo. | | Dimensión: Elementos del sistema turístico | |
| ¿Con qué establecimientos de hospedaje cuenta la provincia – distrito de San Pablo para hacer posible el crecimiento turístico? | Identificar los establecimientos de hospedaje que tiene la provincia – distrito de San Pablo. | | Indicadores: Atractivos turísticos, Infraestructura, Planta turística, Comunidad receptora | |
| ¿Cuáles son las condiciones de servicio que brindan los establecimientos de hospedaje de la provincia – distrito de San Pablo? | Conocer las condiciones de servicio que brindan los establecimientos de hospedaje de la provincia – distrito de San Pablo. | | Variable dependiente: Crecimiento turístico | |
| ¿Están en condiciones los empresarios hoteleros de la provincia – distrito de San Pablo en mejorar su gestión hotelera y fomentar el crecimiento turístico? | Proponer estrategias para mejorar la gestión hotelera y fomentar el crecimiento del turismo en el distrito de San Pablo. | | Dimensión: Motivación de viaje y satisfacción del turista | |

Anexo 2: Validación de instrumentos



UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMOURRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

DATOS GENERALES:

- 1.1. **APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO** : FERNANDO GUERRERO FIGUEROA
1.2. **CARGO** : Docente
1.3. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA** : UPAGU
1.4. **GRADO ACADÉMICO** : Magister en Administración
1.5. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO** : **FICHA DE ENCUESTA.**
1.6. **AUTORES DEL INSTRUMENTO:**
- Espino Valdez, Melisa Roxany
- Solórzano Cueva, Antony Gabriel
1.7. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** "CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA AL CRECIMIENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE SAN PABLO"
1.8. **FECHA:** 01/07/2022.

ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN:

| CRITERIOS | NIVELES | Baja 0 – 25 % | | | | Regular 26 – 50 % | | | | Bueno 51 – 75 % | | | | Muy Bueno 76 – 100 % | | | |
|--------------------|--|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|-------------------------|----|----|-----|
| | | 0 | 7 | 13 | 19 | 26 | 33 | 39 | 45 | 51 | 57 | 63 | 69 | 76 | 82 | 88 | 94 |
| | INDICADORES | 6 | 12 | 18 | 25 | 32 | 38 | 44 | 50 | 56 | 62 | 68 | 75 | 81 | 87 | 93 | 100 |
| 1. CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | 73 | | | | | |
| 2. OBJETIVIDAD | Esta expresado en conductas observables | | | | | | | | | | 68 | | | | | | |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia pedagógica | | | | | | | | | | | 75 | | | | | |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | | | | | | | | 72 | | | | | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | | | | | | 68 | | | | | | |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar los instrumentos de investigación | | | | | | | | | | | 73 | | | | | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos científicos | | | | | | | | | | | 70 | | | | | |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices indicadores | | | | | | | | | | | 75 | | | | | |
| 9. METODOLOGÍA | Las estrategias responden al propósito de la investigación | | | | | | | | | | | 75 | | | | | |
| 10. PERTINENCIA | Es útil y adecuado para la investigación | | | | | | | | | | | 75 | | | | | |

OPINION DE LA APLICABILIDAD: a) Baja..... b) Regular..... c) **Bueno X** d) Muy Bueno.....

PROMEDIO DE VALORACIÓN

72.4


FIRMA

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

DATOS GENERALES:

- 1.1. **APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO** : FERNANDO GUERRERO FIGUEROA
 1.2. **CARGO** : Docente
 1.3. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA** : UPAGU
 1.4. **GRADO ACADÉMICO** : Magister en Administración
 1.5. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO** : **CUESTIONARIO DE ENTREVISTA.**
 1.6. **AUTORES DEL INSTRUMENTO** :
 - Espino Valdez, Melisa Roxany
 - Solórzano Cueva, Antony Gabriel
 1.7. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** "CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA AL CRECIMIENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE SAN PABLO"
 1.8. **FECHA:** 01/07/2022.

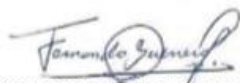
ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN:

| CRITERIOS | NIVELES | Baja 0 – 25 % | | | | Regular 26 – 50 % | | | | Bueno 51 – 75 % | | | | Muy Bueno 76 – 100 % | | | |
|--------------------|--|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|-------------------------|----|----|-----|
| | | 0 | 7 | 13 | 19 | 26 | 33 | 39 | 45 | 51 | 57 | 63 | 69 | 76 | 82 | 88 | 94 |
| | INDICADORES | 6 | 12 | 18 | 25 | 32 | 38 | 44 | 50 | 56 | 62 | 68 | 75 | 81 | 87 | 93 | 100 |
| 1. CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | 81 | | | |
| 2. OBJETIVIDAD | Esta expresado en conductas observables | | | | | | | | | | | | | 75 | | | |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia pedagógica | | | | | | | | | | | | | 75 | | | |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | | | | | | | | | | 81 | | | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | 75 | | | |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar los instrumentos de investigación | | | | | | | | | | | | | 73 | | | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos científicos | | | | | | | | | | | | | 70 | | | |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices indicadores | | | | | | | | | | | | | 75 | | | |
| 9. METODOLOGÍA | Las estrategias responden al propósito de la investigación | | | | | | | | | | | | | 75 | | | |
| 10. PERTINENCIA | Es útil y adecuado para la investigación | | | | | | | | | | | | | 75 | | | |

OPINION DE LA APLICABILIDAD: a) Baja..... b) Regular..... c) **Bueno X** d) Muy Bueno....

PROMEDIO DE VALORACIÓN

75.5


 FIRMA

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

DATOS GENERALES:

- 1.1. **APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO** : Víctor Manuel, Valdiviezo Sir
 1.2. **CARGO** : Docente
 1.3. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA** : UPAGU
 1.4. **GRADO ACADÉMICO** : Maestro
 1.5. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO** : **FICHA DE ENCUESTA.**
 1.6. **AUTORES DEL INSTRUMENTO:**
 - Espino Valdez, Melisa Roxany
 - Solórzano Cueva, Antony Gabriel
 1.7. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** "CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA AL CRECIMIENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE SAN PABLO"
 1.8. **FECHA:** 01/07/2022.

ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN:

| CRITERIOS | NIVELES | Baja 0 – 25 % | | | | Regular 26 – 50 % | | | | Bueno 51 – 75 % | | | | Muy Bueno 76 – 100 % | | | |
|--------------------|--|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|-------------------------|----|----|-----|
| | | 0 | 7 | 13 | 19 | 26 | 33 | 39 | 45 | 51 | 57 | 63 | 69 | 76 | 82 | 88 | 94 |
| | INDICADORES | 6 | 12 | 18 | 25 | 32 | 38 | 44 | 50 | 56 | 62 | 68 | 75 | 81 | 87 | 93 | 100 |
| 1. CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | 75 | | | | |
| 2. OBJETIVIDAD | Esta expresado en conductas observables | | | | | | | | | | | | 75 | | | | |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia pedagógica | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | 75 | | | | |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar los instrumentos de investigación | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos científicos | | | | | | | | | | | | 75 | | | | |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices indicadores | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 9. METODOLOGÍA | Las estrategias responden al propósito de la investigación | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 10. PERTINENCIA | Es útil y adecuado para la investigación | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |

OPINION DE LA APLICABILIDAD: a) Baja..... b) Regular..... c) Bueno..... d) Muy Bueno (X)

PROMEDIO DE VALORACIÓN

78



FIRMA

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

DATOS GENERALES:

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO : Víctor Manuel, Valdiviezo Sir
 1.2. CARGO : Docente
 1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA : UPAGU
 1.4. GRADO ACADÉMICO : Maestro
 1.5. NOMBRE DEL INSTRUMENTO : **CUESTIONARIO DE ENTREVISTA.**
 1.6. AUTORES DEL INSTRUMENTO:
 - Espino Valdez, Melisa Roxany
 - Solórzano Cueva, Antony Gabriel
 1.7. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: "CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA AL CRECIMIENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE SAN PABLO"
 1.8. FECHA: 01/07/2022.

ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN:

| CRITERIOS | NIVELES INDICADORES | Baja 0 – 25 % | | | | Regular 26 – 50 % | | | | Bueno 51 – 75 % | | | | Muy Bueno 76 – 100 % | | | |
|--------------------|--|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|-------------------------|----|----|-----|
| | | 0 | 7 | 13 | 19 | 26 | 33 | 39 | 45 | 51 | 57 | 63 | 69 | 76 | 82 | 88 | 94 |
| 1. CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | 6 | 12 | 18 | 25 | 32 | 38 | 44 | 50 | 56 | 62 | 68 | 75 | 81 | 87 | 93 | 100 |
| 2. OBJETIVIDAD | Esta expresado en conductas observables | | | | | | | | | | | | 75 | | | | |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia pedagógica | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | 75 | | | | |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar los instrumentos de investigación | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos científicos | | | | | | | | | | | | 75 | | | | |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices indicadores | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 9. METODOLOGÍA | Las estrategias responden al propósito de la investigación | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |
| 10. PERTINENCIA | Es útil y adecuado para la investigación | | | | | | | | | | | | | 80 | | | |

OPINION DE LA APLICABILIDAD: a) Baja..... b) Regular..... c) Bueno..... d) Muy Bueno (X)

PROMEDIO DE VALORACIÓN

78



FIRMA

Anexo 3: Entrevistas realizadas



Anexo 4: Encuestas realizadas



Anexo 5: Establecimientos de hospedaje de San Pablo



Anexo 6: Habitaciones de casa hospedaje



Anexo 5: Potencial turístico de San Pablo



