



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJES Y SU
INFLUENCIA SOCIOECONÓMICA EN LA COMUNIDAD
CAMPESENA PARU PARU, DISTRITO DE PISAC, PROVINCIA
DE CALCA, DEPARTAMENTO DE CUSCO - 2015.**

Presentado por:

Bach. LIZZETH CARMEN SÁNCHEZ MANOTUPA

Para optar al Título Profesional de:

LICENCIADA EN TURISMO

Asesor:

Lic. NICOLÁS MARTÍNEZ CENTENO

**CUSCO – PERÚ
2017**



PRESENTACIÓN

Señora Decana de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco.

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Andina del Cusco y con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo pongo a vuestra consideración la tesis intitulada.

“CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y SU INFLUENCIA SOCIO-ECONÓMICA EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE PARU PARU, DISTRITO DE PISAC, PROVINCIA DE CALCA, DEPARTAMENTO DE CUSCO – 2015”.

El presente trabajo de investigación se realizó en la comunidad de Paru Paru sobre la Calidad de Servicios de hospedaje en el Turismo Rural Comunitario y su influencia Socio-Económica en la comunidad de Paru Paru.

El presente trabajo tiene como propósito conocer las expectativas y percepción de la calidad del servicio de hospedaje en el TRC manifestado por los visitantes así mismo determinar los beneficios socioeconómicos generados por la prestación de servicios turísticos de hospedaje del TRC en la comunidad de Paru Paru del Distrito de Pisac.

A través del presente trabajo de investigación se pretende contribuir con la comunidad con un plan de mejora revisando la problemática de la calidad de servicios de hospedaje y su influencia socioeconómica

Bach. Lizzeth Carmen Sánchez Manotupa



DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto desistir he estado.

A mi madre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ayudo a salir adelante en los momentos más difíciles.

Al hombre que me ha dado la vida, el cual a pesar de haberlo perdido a muy temprana edad ha estado guiándome y cuidándome desde el cielo.

A mis hermanos que siempre han estado brindándome su apoyo.

A mi familia en general por haber compartido conmigo buenos y malos momentos.

Lizzeth Carmen Sánchez Manotupa



AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Andina del Cusco, por acogerme en su casa y darme la oportunidad de estudiar y graduarme en ella.

A los profesores de la Escuela Profesional de Turismo que durante toda mi formación me apoyaron y motivaron a seguir adelante

A mi asesor Lic. Nicolás Martínez Centeno por haberme guiado y apoyado durante este proceso.

Lizzeth Carmen Sánchez Manotupa



INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica con amplia influencia en el desarrollo de muchos países, sus variables económicas y ante todo, en las economías locales, constituyen una importante fuente de ingresos (OIT, 1998). De acuerdo a Promperú (2014), la cantidad de turistas extranjeros que visita el Perú continúa en alza, por tanto, también las divisas (moneda extranjera) que generan. En nuestro país, el turismo (turismo receptivo nacional y extranjero) se encuentra en crecimiento desde el inicio de la década pasada, información que se encuentra disponible en todas las estadísticas y que ya es de conocimiento general. Un aspecto muy importante para los turistas que nos visitan es la calidad de los servicios que reciben, por ello el estado ha desarrollado el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú, cuyo objetivo es “alcanzar una amplia movilización nacional por elevar la satisfacción de los turistas nacionales e internacionales” (Mincetur, 2005).

La calidad de los servicios turísticos que se les brinda a nuestros visitantes, está en manos de los operadores de servicios turísticos. Es por esta razón que es de suma importancia estudiar la calidad del servicios de hospedaje que brinda la Asociación de Turismo Vivencial Kinsacocha en la Comunidad Campesina de Paru Paru (Pisac – Calca) y la forma como influyen socioeconómicamente en la comunidad la cual oferta servicios turísticos en la modalidad de Turismo Rural Comunitario (TRC).

Por ello se ha planteado como problema de investigación ¿Cuál es el nivel de calidad de los servicios turísticos de hospedaje en el TRC y su influencia socio-económica en la comunidad campesina de Paru Paru Distrito de Pisac, provincia de Calca departamento del Cusco - 2015? Para lo cual se ha analizado primero el tema de la calidad de los servicios de hospedaje. De todas las actividades y/o servicios que se brinda como parte de la experiencia de turismo rural comunitario por esta asociación, el presente estudio se ha ocupado de la evaluación de la calidad de los servicios de hospedaje, mediante la metodología de Servqual.



Así mismo, se hace un análisis de la influencia de esta experiencia en la situación socio-económica de las familias que son miembros de la Asociación. En síntesis, en este estudio se evaluará la calidad de los servicios turísticos de hospedaje en el TRC y su influencia socio-económica en la localidad, para lo cual se ha desarrollado el siguiente contenido:

Capítulo I: Se describió el problema objeto de investigación, objetivos generales y específicos, justificación del problema y limitaciones de la investigación.

Capítulo II: Se desarrolló los antecedentes de la investigación, el marco teórico y conceptual.

Capítulo III: Metodología de la investigación donde se especificó el tipo, nivel y diseño de la investigación, población y muestra, se describe también las técnicas de recolección y procesamiento de datos.

Capítulo IV: Se considera el análisis e interpretación de los resultados producto del trabajo de campo realizado a través de las encuestas.

Capítulo V: Discusión y propuestas para el presente trabajo de investigación finalmente se especifican las conclusiones y recomendaciones de la investigación la lista de referencias y los anexos correspondientes.



RESUMEN

La calidad de servicios es uno de los factores fundamentales para el buen funcionamiento de establecimientos prestadores de servicios; influyendo notablemente en su demanda.

La comunidad campesina de Paru Paru cuenta con atractivos turísticos de incalculable valor paisajístico y natural; La laguna de Kinsa Qocha es una de ellas; por lo que muchos visitantes nacionales y extranjeros concurren a la comunidad para disfrutar del entorno paisajístico y quedarse a dormir en lugares que son diferentes a los propios e interrelacionarse con la gente local conociendo sus costumbres y vivencias.

La presente investigación se ha realizado en la Comunidad Campesina de Paru Paru, con el objetivo de determinar el nivel de la calidad de los servicios turísticos de hospedaje en el turismo rural comunitario y su influencia socio-económica en la comunidad campesina de Paru Paru Distrito de Pisac, provincia de Calca. Departamento del Cusco – 2015. El tipo de investigación es no experimental y de corte transversal. El nivel es correlacional. La investigación aborda el tema de la calidad de los servicios de hospedaje en el TRC brindados Y su influencia socioeconómica. Considerando que la calidad, además de los elementos tangibles, se mide por la percepción del cliente respecto de la satisfacción de sus expectativas, las cuales están compuestas en gran medida por elementos intangibles. Por lo cual se ha utilizado la Escala SERVQUAL, como técnica de recopilación de la información para turistas y pobladores de la zona e así conocer de qué manera la población se beneficia social y económicamente con la prestación de este servicio.

Se llegó a determinar que el 81.8% de los visitantes considera que hay un déficit de calidad en la prestación de los servicios de hospedajes en la Asociación de Turismo Vivencial Kinsacocha, de la Comunidad de Paru Paru. En tanto que un 9.1% considera que hay una calidad óptima, e igual porcentaje, que hay un exceso de calidad. Es evidente que para elevar la calidad de los servicios de hospedaje que prestan, se requiere que los miembros de la



asociación participen de un proceso de capacitación en temas de gestión empresarial y utilicen estrategia de servicios para sostener y fortalecer la rentabilidad económica.

Palabras clave: Calidad de servicio, turismo vivencial, hospedajes.



ABSTRACT

The quality of services is one of the fundamental factors for the good functioning of establishments that provide services; significantly influencing their demand.

The peasant community of Paru has tourist attractions of priceless natural and scenic value; the lagoon of Kinsa Qocha is one of them; So that many domestic and foreign visitors come to the community to enjoy the landscape and stay at places that are different from their own and interrelate with the local people knowing their customs and experiences.

This research was carried out in the Paru Paru Peasant Community, with the objective of determining the level of quality of tourist accommodation services in rural community tourism and its socio-economic influence in the peasant community of Paru Paru. Pisac, province of Calca. Department of Cusco - 2015. The type of research is non-experimental and cross-sectional. The level is correlational. The research addresses the issue of the quality of hosting services in the CRT provided and their socioeconomic influence. Whereas quality, in addition to the tangible elements, is measured by the customer's perception of the satisfaction of their expectations, which are largely composed of intangible elements. Therefore, the SERVQUAL Scale has been used as a technique for collecting information for tourists and residents of the area and thus to know how the population benefits socially and economically with the provision of this service.

It was determined that 81.8% of visitors consider that there is a quality deficit in the provision of accommodation services in the Kinsacocha Experiential Tourism Association of the Paru Community. While 9.1% consider that there is an optimum quality, and an equal percentage, that there is an excess of quality. It is evident that in order to increase the quality of the hosting services they provide, members of the association are required to participate in a training process on business management issues and use a service strategy to sustain and strengthen economic profitability.

Key words: Quality of service, experiential tourism, lodging.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN..... II
DEDICATORIA III
AGRADECIMIENTOS IV
INTRODUCCIÓN V
RESUMEN..... VII
ABSTRACT..... IX

**CAPITULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA 1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 2
 1.2.1. Problema general 2
 1.2.2. Problemas específicos 2
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 2
 1.3.1. Objetivo general 2
 1.3.2. Objetivos específicos..... 3
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN..... 3
 1.4.1. Originalidad..... 3
 1.4.2. Pertinencia 3
 1.4.3. Relevancia 3
 1.4.4. Oportunidad..... 4
 1.4.5. Factibilidad..... 4
1.5. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN 5
 1.5.1. Delimitación temporal 5
 1.5.2. Delimitación espacial 5
 1.5.3. Delimitación conceptual..... 5
 1.5.4. Delimitación social..... 5

**CAPITULO II
MARCO TEÓRICO**

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 6
 2.1.1. Antecedentes a nivel internacional 6
 2.1.2. Antecedentes a nivel nacional 8
 2.1.3. Antecedentes a nivel local 12
2.2. BASES LEGALES 15
2.3. BASES TEÓRICO – CIENTÍFICAS..... 16
 2.3.1. Teoría del turismo..... 16
 2.3.2. Turismo en el Perú..... 17
 2.3.3. Desarrollo del turismo en el Perú 18
 2.3.4. Clasificación del turismo 20
 2.3.4.1. Turismo tradicional o de masas..... 20
 2.3.4.2. Turismo alternativo 21
 2.3.4.3. Turismo rural comunitario 23
 2.3.5. El turismo rural comunitario en el Perú..... 24
 2.3.5.1. El turismo rural comunitario en la región Cusco 24
 2.3.5.2. Oferta del turismo rural comunitario..... 25
 2.3.5.3. Demanda del turismo rural comunitario..... 27
 2.3.5.4. Perfil del turista rural comunitario 28
 2.3.6. Impacto socio – económica del turismo 29
 2.3.7. El turismo como modelo de desarrollo: vínculos con la inclusión social..... 31
 2.3.8. Teoría de la calidad 32



- 2.3.9. Teoría de la calidad de servicios..... 33
- 2.3.10. Teoría de la Escala de ServQual..... 35
- 2.3.11. Evaluación de la calidad de servicios según ServQual..... 37
- 2.3.12. Hospedaje o pensión de turismo..... 38
- 2.3.13. Establecimiento de hospedaje..... 39
- 2.3.14. Establecimiento de hospedaje rural 40
- 2.3.15. Habitación o departamento..... 40
- 2.3.16. Servicios complementarios..... 41
- 2.3.17. Zona rural 41
- 2.4. MARCO CONCEPTUAL..... 41
- 2.5. HIPÓTESIS..... 43
 - 2.5.1. Hipótesis general 43
 - 2.5.2. Hipótesis específicas 44
- 2.6. VARIABLES E INDICADORES..... 44
 - 2.6.1. Variables..... 44
 - 2.6.2. Conceptualización de las variables..... 44
 - 2.6.3. Operacionalización de variables..... 45

**CAPITULO III
DISEÑO METODOLÓGICO**

- 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN 46
- 3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN 46
- 3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN..... 46
- 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA..... 46
 - 3.4.1. Población 46
 - 3.4.2. Muestra..... 47
- 3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 47
 - 3.5.1. Técnicas..... 47
 - 3.5.2. Instrumentos 47
- 3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS..... 48

**CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS**

- 4.1. RESULTADOS..... 49
 - 4.1.1. Descripción..... 49
 - 4.1.2. Presentación de resultados..... 49
 - 4.1.2.1. Variable: Calidad de los servicios de hospedaje 49
 - 4.1.2.2. Variable: Impacto socioeconómico 60
- 4.2. ANÁLISIS Y COMENTARIOS DE RESULTADOS..... 69
 - 4.2.1. Calidad de los servicios de hospedaje 69

**CAPITULO V
DISCUSIÓN Y PROPUESTA**

- 5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS 71
- 5.2. PROPUESTA DE MEJORA DE LA INVESTIGACIÓN 72
 - 5.2.1. Propuesta para la elaboración de herramientas de desarrollo estratégico..... 72
 - 5.2.2. Propuesta para la estimación de los costos de producción 73
 - 5.2.3. Propuesta de mejoramiento de las estrategias de comercialización 74



CONCLUSIONES 76
 RECOMENDACIONES 77
 BIBLIOGRAFÍA 78
 ANEXOS 82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Dimensiones del modelo SERVQUAL 37
 Tabla N° 2: Comodidad de las habitaciones 49
 Tabla N° 3: Mobiliario pintoresco 50
 Tabla N° 4: Limpieza del mobiliario..... 50
 Tabla N° 5: Habitaciones con mobiliario completo 51
 Tabla N° 6: Orden adecuado de la habitación..... 52
 Tabla N° 7: Atención de las demandas del huésped 52
 Tabla N° 8: Servicio disponible permanentemente 52
 Tabla N° 9: Estadía sin problemas 53
 Tabla N° 10: Respuesta eficiente a pedidos 54
 Tabla N° 11: Respuesta inmediata a pedidos 54
 Tabla N° 12: Respuesta cordial a pedidos..... 54
 Tabla N° 13: Se entrega lo demandado..... 55
 Tabla N° 14: Personal preparado para atender..... 56
 Tabla N° 15: Información adecuada del personal 56
 Tabla N° 16: Resolución de problemas que se presentan 56
 Tabla N° 17: Capacidad de solución de problemas..... 57
 Tabla N° 18: Trato cordial al huésped 58
 Tabla N° 19: Satisfacción con el clima del hospedaje 58
 Tabla N° 20: Satisfacción con la forma de solución de problemas..... 58
 Tabla N° 21: Satisfacción con la forma que cumplen con pedidos..... 59
 Tabla N° 22: Ha mejorado su situación de educación..... 60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Satisfacción del cliente..... 38
 Figura N° 2: Indicadores de la Dimensión Tangibilidad..... 51
 Figura N° 3: Dimensión confianza..... 53
 Figura N° 4: Indicadores de la dimensión respuesta rápida 55
 Figura N° 5: Dimensión seguridad..... 57
 Figura N° 6: Indicadores de la Dimensión empatía 59
 Figura N° 7: Ha mejorado su situación de educación 60



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Un aspecto fundamental de toda actividad turística, es la calidad de los servicios de alojamiento u hospedaje, y lo es también en experiencias como las de la Comunidad Paru Paru. Al tratarse de servicios turísticos de Turismo Rural Comunitario (TRC) se desconoce, o mejor dicho, es incierta la calidad de los servicios de hospedaje que se le brinda al visitante, y esa es la razón de ser de la presente investigación. En experiencias como esta, se cuenta con una heterogeneidad en cuanto a infraestructura, por tratarse de servicios de hospedaje que se adecuan en las propias viviendas de las familias campesinas, las que al no contar con ingresos suficientes van mejorando en forma paulatina la calidad de estos servicios, es más, cada una de las familias tiene un situación diferente de desarrollo de dicho servicio.

Realizar un estudio de calidad de servicios en general involucra realizar un trabajo de campo que nos permita recoger las percepciones de los clientes (para el caso de empresas privadas) o usuarios (para el caso de entidades públicas); el presente trabajo de tesis se enfocó al sector privado específicamente al rubro del turismo, su calidad e incidencia socioeconómica.

El presente trabajo de investigación se ha realizado en la Comunidad Campesina de Paru Paru, ubicada en el Distrito de Pisac, Provincia de Calca, Región Cusco. En la comunidad en mención, se cuenta con la Asociación de Turismo Vivencial Kinsacocha, que fue constituida en el año 2010 por 15 familias, de las cuales se encuentran activas 10 familias en la actualidad, y para dicha familia al igual que para otras el Turismo rural comunitario es una oportunidad laboral y de ingresos económicos que les permita un mejor desarrollo en su localidad; entendida en turismo



rural comunitario como una experiencia especial para los visitantes, pues trata fundamentalmente de convivir y compartir con las localidades visitadas sus actividades cotidianas, así como actividades turísticas en el ámbito local.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de calidad de los servicios de hospedaje en el TRC y su influencia socioeconómica en la Comunidad Campesina de Paru Paru Distrito de Pisac, provincia de Calca departamento del Cusco, año 2015?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuáles son las expectativas y percepciones de la calidad del servicio de hospedaje en el TRC por parte de los visitantes en la comunidad de Paru Paru, Distrito de Pisac?
- b) ¿Cuáles son los beneficios socioeconómicos generados en la comunidad de Paru Paru del distrito de Pisac por la prestación de servicios de hospedaje del TRC?
- c) ¿De qué manera se puede mejorar la calidad de los servicios turísticos de hospedaje en la comunidad de Paru Paru del distrito de Pisac?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de calidad de los servicios de hospedaje en el Turismo Rural Comunitario y su influencia socioeconómica en la comunidad campesina de Paru Paru Distrito de Pisac, provincia de Calca departamento del Cusco, año 2015.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Conocer las expectativas y percepción de la calidad del servicio de hospedaje manifestado por los visitantes en la comunidad de Paru Paru, del Distrito de Pisac.
- b) Determinar los beneficios socioeconómicos generados por la prestación de servicios turísticos de hospedaje del TRC en la comunidad de Paru Paru del Distrito de Pisac.
- c) Plantear propuestas para mejorar la calidad de los servicios de hospedaje en el Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Paru Paru del Distrito de Pisac.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Originalidad

Es original, porque enfoca su atención en los servicios de hospedaje y su influencia en la situación socio-económica, en el marco de una experiencia de TRC.

1.4.2. Pertinencia

Es pertinente, porque se desarrolla en un momento en que la calidad de los servicios turísticos está en el centro de la discusión sobre la calidad que esperan recibir los turistas, al visitar un lugar o destino turístico.

1.4.3. Relevancia

En lo teórico: Será base de otros estudios que se realicen en el tema las generaciones futuras y servirán para plantear alternativas de solución a los problemas identificados desde el ámbito académico.



En lo práctico: De suma relevancia, pues permitirá que sus operadores asuman con responsabilidad la calidad de estos servicios que se le brinda al visitante. Los resultados permitirán conocer la calidad de los servicios de hospedaje en el TRC que se le brinda al turista, y cómo éste los evalúa, tomando en consideración que se trata de una modalidad no convencional y cómo influyen estos es el aspecto socioeconómico de sus familias.

En lo metodológico: La metodología desarrollada para la presente investigación podrá servir de referencia para el desarrollo de nuevas investigaciones en este campo.

En lo empresarial o institucional: Los resultados del estudio permitirán proponer mejoras en el diseño de este tipo de servicios.

En lo socioeconómico: Ayudará a los integrantes de la asociación prestadora de servicios de hospedaje a mejorar su calidad de servicio y por ende mejorar el aspecto social y económico de las personas prestadoras de este servicio.

1.4.4. Oportunidad

El estudio es oportuno, pues en la actualidad se están desarrollando varias experiencias de este tipo en nuestra localidad.

1.4.5. Factibilidad

El estudio fue factible porque la investigadora contaba con los medios físicos e intangibles para el desarrollo de la presente investigación, así como con los conocimientos teóricos necesarios.



1.5. Delimitaciones de la investigación

1.5.1. Delimitación temporal

El presente estudio de corte transversal se realizó en el año 2015.

1.5.2. Delimitación espacial

El estudio se aplicó en la Comunidad Campesina de Paru Paru, Distrito de Pisac, Provincia de Calca del Departamento del Cusco.

1.5.3. Delimitación conceptual

Conceptualmente, el estudio se refiere a prestación de servicios turísticos de hospedaje en el TRC y su influencia socio-económica.

1.5.4. Delimitación social

Socialmente el estudio se ha enfocado en dos segmentos en particular: Visitantes de la comunidad e integrantes de la comunidad.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes a nivel internacional

TÍTULO : Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida.
Tesis de Maestría

AUTOR(ES) : Morillo Moreno, Marycela Comoroto

AÑO : 2007

UNIVERSIDAD: Universidad de los Andes, Venezuela.

Objetivo: Analizar la calidad de los servicios prestados por los hoteles de turismo ubicados en el Municipio Libertador, del estado Mérida, usando el modelo de medición de la calidad de servicio “Escala de Servqual” concluyo con la siguiente:

- a. Esta tesis me ayudo a comparar las expectativas con las percepciones de los huéspedes sobre los servicios se obtuvo que en la mayoría de dimensiones las percepciones superaron o igualaron las expectativas, a excepción de los huéspedes de hoteles dos estrellas quienes presentan expectativas superiores a las impresiones o percepciones del servicio recibido en la mayoría de variables asociadas a la confiabilidad en los hoteles de cuatro estrellas respecto a la rapidez y agilidad de los empleados y a la búsqueda de lo mejor para los intereses del cliente, en los hoteles de una estrella en cuanto a la confianza con los empleados, al conocimiento



de éstos sobre sus necesidades específicas, al uso de nueva tecnología y equipos modernos, y al atractivo de sus instalaciones.

- b. Debido a que las percepciones en cuanto a confiabilidad son de gran importancia para los proveedores de servicio por cuanto expresan la capacidad de la empresa de cumplir con sus promesas y sus servicios básicos de manera segura y precisa.
- c. En general, los hoteles de todas las categorías, se deben esmerar en hacer sentir a sus huéspedes que son importantes y especiales, y el hotel se convierte en un atractivo más del destino; también proporciona una excelente publicidad gratuita gracias a la comunicación de boca en boca (Morillo, 2007).

TÍTULO : Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó.

Tesis de Maestría

AUTOR(ES) : Palacios Palacios, Deison

AÑO : 2014

UNIVERSIDAD: Universidad de la Laguna – Bogotá, Colombia.

Objetivo: Conocer la percepción del cliente de la calidad del servicio en los hoteles de la ciudad de Quibdó, utilizando SERVPERF (Llamado modelo de Desempeño del Servicio, cuya sigla viene de: SERVice PERFormance) como escala de medida.

Conclusiones: Este proyecto de tesis me ayudo a entender que para poder aumentar la calidad del servicio percibido se debe hacer énfasis en la forma en que éste se presta (la rapidez al momento del registro, capacidad de los empleados para resolver problemas, la tranquilidad de la habitación y la limpieza de las habitaciones, adelantar en un proceso de mejora continua generando mayor confort a los huéspedes con una infraestructura adecuada, altos niveles de limpieza y pulcritud en sus empleados, darle cumplimiento a lo que promocionan en su portafolio de servicios, capacitar a los empleados



buscando conocer a su público con más profundidad, e invertir en nuevas tecnologías y técnicas de gestión que les permitan prestar una mejor atención). Al aumentar la calidad del servicio percibido se obtendrá un efecto positivo sobre la percepción de los clientes (Palacios, 2014).

TÍTULO : El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible:
caso municipio de La Mesa (Cundinamarca).

Tesis de Maestría

AUTOR(ES) : Combariza Gonzales, J.A

AÑO : 2012

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Colombia.

Objetivo: Evaluar el aporte del turismo rural al desarrollo sostenible en un estudio de caso.

Conclusiones: Esta tesis me sirvió para realizar una comparación y análisis con los estudios que realizaba debido a que los huéspedes no se estaban satisfaciendo completamente, los deseos y necesidades de los turistas por vivir la experiencia rural más allá de lo geográfico y hasta el momento de la investigación no estaba aportando de forma significativa a mejorar el desarrollo de los habitantes de la zona. Del lado del desarrollo sostenible, las manifestaciones de Turismo Rural en la zona de estudio, no estaban teniendo en cuenta parámetros técnicos de capacidad de carga, por tanto se está corriendo el riesgo que sea superada yendo en detrimento de los recursos naturales utilizados. Tampoco estaba generando empleos de forma significativa probablemente por su insipiente desarrollo (Combariza, 2012).

2.1.2. Antecedentes a nivel nacional

TÍTULO : Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y
regiones del Perú. Caso: Distrito de Callahuanca,
Provincia de Huarochirí, Departamento de Lima.

AUTOR(ES) : Cruz Ledesma, Sigrid Stefani

AÑO : 2006

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.



Esta tesis fue de apoyo debido a que al igual que Callahuanca, Paru Paru es una comunidad que no está inmersa dentro de circuitos turísticos muchas personas desconocen de la existencia y la prestación de servicios de hospedaje en el TRC y que este puede mejorar el desarrollo económico de la comunidad.

Objetivo: “Identificar los recursos turísticos existentes en Callahuanca que generen desplazamiento de corriente turística de manera permanente”. Concluyendo con la siguiente: La falta de conocimiento hace que sólo se ofrezcan los destinos ya conocidos y se produzca de esta manera una sobreexplotación que muchas veces puede llevar al deterioro y pérdida de los mismos.

Conclusiones: Encontramos lugares como Callahuanca, que si bien no cuentan con recursos únicos en su género que puedan motivar corrientes de turistas extranjeros, pero sí en cambio motiven el turismo interno, dirigido especialmente a las personas que vivan en zonas aledañas y que busquen un lugar en dónde poder evadir la rutina y liberarse del stress sin ir muy lejos, que le pueda garantizar una vida tranquila (Cruz, 2006).

TÍTULO : Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la Región Cusco.

AUTOR(ES) : Sepúlveda Medina, Hollman - Basurto Zapata, Rafael - Vizcarra Gutiérrez, Yuri

.AÑO : 2010

UNIVERSIDAD: Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Objetivo: Formular un plan estratégico a diez años, orientado a promover el desarrollo del turismo rural comunitario en la Región Cusco”.

Conclusiones:

- a. El desarrollo del turismo rural comunitario en la región Latinoamericana, se encuentra en la etapa de implementación, en concordancia con la evolución de la demanda y preferencias turísticas a nivel mundial, En ese



sentido en el Perú, y en específico en la región Cusco, los emprendimientos de turismo rural comunitario aún están en proceso de exploración y las estrategias que se siguen están soportadas fundamentalmente por los datos de proyección de crecimiento de la industria.

- b. En el contexto peruano, la región Cusco tiene una posición competitiva fuerte respecto de las demás regiones del Perú, debido a que la industria del turismo está mejor desarrollada en cuanto a infraestructura, oferta turística y la valorización de las culturas vivas y ambientes naturales. Dicha fortaleza se conforma en una buena oportunidad para el desarrollo en conjunto con el turismo rural comunitario, siempre y cuando se implementen estrategias que fomenten su explotación adecuada.
- c. En la región Cusco la mayoría de los emprendimientos de turismo rural comunitario se encuentra en la etapa de exploración, por lo tanto los criterios y Estrategias implementadas son empíricas; en ese sentido, no se han establecido sinergias ni complementariedades que permitan la explotación eficiente y con la misma rentabilidad que los destinos para el turismo de masas.
- d. Las estrategias de mercadeo presentes en la industria turística, carecen de una visión conjunta del contexto regional. Las agencias de turismo conforman sus paquetes turísticos en función de los sitios más conocidos y desarrollados, y no integran en su oferta emprendimientos de turismo rural comunitario, promocionando un producto único y sin diferenciación.
- e. El legado cultural y la biodiversidad son dos de los factores competitivos de la región Cusco. Sin embargo, no existen políticas definidas, tampoco competencias y formación educativa en las comunidades que permitan la conservación y por lo tanto la sostenibilidad de los emprendimientos de turismo rural comunitario.



TÍTULO : Retos del turismo para la inclusión social: lecciones a partir del caso de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas (Perú).

AUTOR(ES) : Morel García, Andrea

AÑO : 2014

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

Objetivo: “Identificar cómo la población de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas ha hecho suyas las oportunidades asociadas al desarrollo turístico y los problemas que ha encontrado en el camino”.

Metodología: Esta investigación es de tipo no experimental, descriptiva y longitudinal, parte del enfoque del estudio de caso para analizar la trayectoria turística de la RPNYC. La información se obtuvo a través de entrevistas con actores clave y análisis de información secundaria (revisión bibliográfica).

Conclusiones: Dada la experiencia de Nor Yauyos Cochas, podemos concluir que si bien ha habido un crecimiento importante de la actividad turística en los últimos cinco años, se ha llegado a un punto de estancamiento, sin mayores posibilidades de crecer en los próximos años, a menos que la oferta turística se expanda y mejore en calidad. Con ello, la RPNYC podría llegar a un turista nacional de mayores recursos. La forma más directa de lograrlo sería a través de la presencia de actores privados interesados en invertir en la reserva. La ausencia de los mismos se debería a la falta de un ente rector en materia de turismo que pueda mediar ante una población recelosa de la intervención de actores extraterritoriales (empresas hoteleras o turísticas). Dicha ausencia resulta particularmente extraña dado el importante historial de colaboración entre el sector privado y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) en los últimos años en otras áreas del país con importante actividad turística (Morel, 2014).



2.1.3. Antecedentes a nivel local

TÍTULO : Nivel de calidad de servicio y la satisfacción que se brinda al turista en Taypikala Hotel.

AUTOR(ES) : Rosas Bravo, Luz Katerine

AÑO : 2013

UNIVERSIDAD: Universidad Andina del Cusco, Cusco.

Objetivo: Determinar el nivel de calidad de servicio y la satisfacción que se brinda al turista en Taypikala Hotel Cusco”.

Concluyó con lo siguiente:

- a. Se ha demostrado que el nivel de calidad de servicio; si influye en (a satisfacción que se brinda al turista en Taypikala Hotel Cusco para la cual se debe de dar un buen servicio no solo ofreciendo una adecuada infraestructura sino también contar con trabajadores que disfruten al momento de atender a los turistas.
- b. Se ha determinado que La calidad de servicio; si influyen en la fidelización de los clientes en la rama hotelera, ya que si contamos con turistas que estén satisfechos causara de que a futuro ellos puedan recomendar a sus amigos y familiares que sí tuvieron un buen trato en el hotel. Generando así turistas que sean fieles al hotel y ya no tengan la necesidad de buscar por otras opciones.
- c. El recurso humano del Taypikala Hotel Cusco no cuenta con una adecuada motivación para lograr la satisfacción del cliente lo que se demuestra en la insatisfacción del servicio que recibe el turista, esto debido a que no reciben una buena remuneración económica y no cuentan con capacitaciones, lo cual ayudaría mucho a que ellos puedan realizar mejor su trabajo y desempeñarse de mejor forma dentro del hotel (Rosas, 2013).



TÍTULO : El Turismo Rural Comunitario y los beneficios económicos de las familias de la Comunidad Misminay, ubicada en el distrito de Maras en la provincia de Urubamba.

AUTOR(ES) : Berrospi Chauca, Joel Orlando

AÑO : 2012

UNIVERSIDAD: Universidad Andina del Cusco, Cusco.

Conclusiones:

- a. Se ha mostrado la falta de oportunidad de los pobladores de la comunidad de Misminay para poder generar más ingresos económicos respecto al turismo rural porque depende de la empresa privada para lograr esto. Pero un factor importante es que ellos están preparados para recibir turistas cualquier época de año y su calidad de atención es una garantía para otras empresas o para la promoción independiente de sus servicios.
- b. La población de Misminay ha empezado a desertar sobre prestar servicios turísticos porque en un principio eran 20 familias y ahora solo son 8 las que ofrecen el servicio y esto es por la falta de demanda que afecta a la población, en muchos casos solo prefieren dedicarse a trabajar como porteadores y solo beneficiarse de ese trabajo.
- c. Los beneficios económicos que la población percibe son fundamentalmente en modificación de sus viviendas con la implementación de estructuras adecuadas en servicios básicos (baños, agua potable,). Utilización techos de teja en vez de paja o ichu, pisos de madera en vez de solo tierra, ampliación de sus viviendas y creación de nuevo negocios como tiendas de abarrotes y casa de medicina natural hampi wasi (Berrospi, 2013). Además, construido un centro comunal donde reciben y atienden a turistas cuando llegan en grupos grandes.



TÍTULO : Umapata alternativa turística para el desarrollo socio-económico.

AUTOR(ES) : Beronica Loayza, Lucia.

AÑO : 2004

UNIVERSIDAD: Universidad Andina del Cusco, Cusco.

Objetivo: Determinar la fuerza motivacional de los atractivos turísticos que posibiliten el desarrollo socio-económico de la población. Llegando a las conclusiones:

- a. La comunidad de Umapata cuenta con recursos naturales y culturales, una ubicación estratégica, ceja de selva. Además de contar con un buen clima, tierras fértiles las mismas que han venido siendo utilizados siglos anteriores, tal como lo evidencian los restos arqueológicos, siendo un área que reúne todas las condiciones para ser utilizados turísticamente. Pese a este rico patrimonio esta comunidad es considerada como un sector deprimido, con alta insatisfacción de las necesidades básicas de su población que permanece en el olvido; en tal contexto, al promoverse el desarrollo turístico, mejoraría sus condiciones de vida por ser el turismo dinamizadora de la economía.
- b. La unidad de estudio es de carácter multicategorial por comprender diferentes categorías: sitios naturales, manifestaciones culturales, y folklore, demostrando tener la suficiente fuerza motivacional para generar la demanda turística potencial hacia la zona de estudio, lo que nos permite concretizar la propuesta del circuito turístico. (Beronica, 2004).

TÍTULO : Turismo vivencial y mejora de la calidad de vida de la Comunidad de Huaypo, Distrito de Chinchero – Cusco.

AUTOR(ES) : Cusihuaman, Z.

AÑO : 2011

UNIVERSIDAD: Universidad Andina del Cusco, Cusco.



Objetivo general fue evaluar como fomentar el turismo vivencial y mejorar la calidad de vida de la Comunidad de Huaypo, del Distrito de Chinchero Provincia de Urubamba; y entre las conclusiones se tienen:

- a. Se ha demostrado que es posible realizar el turismo vivencial en la comunidad de campesina de Huaypo debido a que el distrito de Chinchero y así como dicha sociedad (Huaypo) cuentan con atractivos naturales y culturales suficientes como motivar corrientes turísticas de carácter nacional y del extranjero.
- b. Hemos determinado que las características físicas, sociales y vivenciales con las que cuenta el distrito de Chinchero así como la comunidad de Huaypo cumplen con los requisitos que demanda el turismo rural en la modalidad de turismo vivencial.
- c. La calidad de vida de los pobladores de la comunidad campesina de Huaypo, no es nada halagador, motivo por el cual creemos que este es el factor que incide en que las condiciones de vida del poblador rural del distrito de Chinchero viene atravesando por una situación crítica, por lo que se ha llegado a demostrar que propiciando el turismo vivencial, con un uso racional sostenido y sustentable de todos los recursos naturales y culturales con que cuenta ,donde podrá mejorar la situación de la comunidad de Huaypo.
- d. El ecosistema del área de estudio se mantiene dentro del marco del turismo sostenible mitigando impactos ambientales negativos (Cusihuaman, 2011).

2.2. Bases legales

El marco legal es el siguiente:

- Constitución Política del Estado.
- Ley general de turismo - Ley N° 29408
- Reglamento de Establecimiento de Hospedaje. Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR.

2.3. Bases Teórico – Científicas

2.3.1. Teoría del turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, creada en el año 1925 define al Turismo como un *fenómeno social que consiste en el desplazamiento de una persona o grupo de personas de su lugar habitual y permanente de residencia hacia otro lugar de manera temporal, voluntaria y sin finalidad de buscar trabajo en el lugar visitado.*

Oscar de la Torre Padilla define a este como “...un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (De la Torre, 1981).

El Código Ético Mundial para el Turismo en su Art. 2º, define el turismo como: “una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo es un factor insustituible de auto educación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad” (OMT, 1999).

Según Morel y García (2014) el turismo es una industria que, vista en perspectiva global, se encuentra en continuo crecimiento desde la década del cincuenta. El Perú no ha sido ajeno a este fenómeno, ni a las diversas tendencias en su desarrollo. Sin embargo, las particularidades del desarrollo de la actividad turística en el Perú son reflejo de las políticas públicas y las diferentes concepciones que han tenido los sucesivos gobiernos acerca del papel del Estado, el sector privado y las poblaciones locales en materia de turismo.



A través del tiempo, el concepto de turismo ha venido evolucionando no sólo en el sentido de delinear mejor la concepción de esta actividad, sino también en el sentido de perfeccionar y reinventar todo lo que con él se relaciona e integra (Cárdenas, 1995).

2.3.2. Turismo en el Perú

El Gobierno del Perú, considerando la importancia que tiene el desarrollo del sector turismo, ha desarrollado el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), cuya definición señala: El Perú está posicionado en el mercado nacional y en los principales mercados emisores internacionales como un destino turístico seguro, competitivo y confiable, líder en América Latina, que tiene una oferta de productos turísticos competitiva, diversificada y sostenible; un marco legal e institucional adecuado y una gestión participativa y descentralizada; una conservación y uso racional de su mega diversidad natural, histórica e intercultural, y una identidad turística propia (Mincetur, 2009).

Asimismo, en dicho documento, se estableció la siguiente Misión: Organizar, promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística del Perú mediante procesos integradores, concertados y descentralizados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo digno que mejore la calidad de vida de la población y garantizando la valoración y conservación del patrimonio nacional histórico, natural y cultural (Mincetur, 2009).

En el Perú, el turismo receptivo es una actividad económica importante que ha ido tomando mayor importancia en la economía del país (Paredes y Bosch, 2009). Durante los últimos años, la participación del consumo turístico receptivo como parte del PBI ha ido en aumento. Se aprecia un crecimiento sostenido entre los años 1995 y 2001, y un repunte importante para el año 2008.



En el período 1988-1992, el impacto fue muy severo en los ingresos por concepto de divisas, tanto en el ámbito de las cuentas nacionales como en los ingresos del sector turismo. Es así que los ingresos en el período 1988-2002 mostraron una tasa anual de crecimiento negativa del orden del $-11,3\%$. Es en aquellos años que el país va mostrando una tendencia a la pacificación social y se van sentando postulados concordantes con un manejo prudente de la economía que paulatinamente la fue estabilizando macroeconómicamente. Estos factores contribuyeron a mejorar la imagen turística del país en el exterior. Ello se ha evidenciado en el ingreso de divisas del sector, las mismas que han crecido en el período 1993-2008 en una tasa media anual del $17,38\%$ (BCRP, 2009).

2.3.3. Desarrollo del turismo en el Perú

Fuller (2009) ha escrito uno de los pocos textos sobre la historia del turismo en el Perú. En esa publicación, la autora realiza un recorrido por algunos de los sucesos más importantes en la vida política y económica del país para demostrar la manera en que ellos han impactado en el desarrollo del sector turístico.

Según Fuller, durante la primera mitad del siglo XX el Estado peruano asumió el papel de impulsor de la economía a través de la inversión en obras públicas que complementaban las iniciativas privadas. Por ejemplo, se llevaron a cabo esfuerzos para expandir las vías de comunicación, lo cual facilitó la movilización por el territorio. El clima general de bonanza durante las primeras décadas del siglo pasado propició un cierto desarrollo del turismo interno, principalmente de las clases medias asalariadas con suficientes ingresos para realizar viajes de descanso, recreación o salud. Los años cincuenta marcaron el inicio de un nuevo periodo de industrialización, modernización y urbanización en el país. El crecimiento y consolidación de las clases medias urbanas se expresó en una mayor capacidad de gasto en viajes destinados a vacaciones y al cuidado de la salud. Asimismo, el Estado, junto con el sector privado, continuó realizando obras de infraestructura que ampliaron la red de carreteras y el sistema de transportes. Ello supuso un



incremento de las instalaciones necesarias para el desarrollo turístico (Fuller 2009).

La década del sesenta experimentó un crecimiento explosivo del turismo gracias al abaratamiento de los medios de transporte y a la expansión de las clases medias. Esta es la época en que los países en desarrollo ingresan al mapa turístico como receptores de visitantes de Estados Unidos y Europa. En consecuencia, el turismo comenzó a ser concebido como una posible “vía de desarrollo” por los hacedores de políticas públicas. Durante el primer mandato de Fernando Belaúnde (1963- 1968) se diseñaron por primera vez políticas destinadas a incrementar el flujo de turistas nacionales e internacionales. En 1964 se promulga la ley 14947 mediante la cual se crea la Corporación de Turismo del Perú (Coturperú) para promover la restauración del patrimonio monumental y el desarrollo de infraestructura hotelera.

Dentro de este marco se diseñó el Plan Copesco, un proyecto estatal que inicialmente buscaba mejorar la infraestructura turística en el sur del Perú. Este énfasis se continuó durante el gobierno de Juan Velasco (1968-1975), quien promovió el turismo como un sector específico de la política económica, buscando impulsarlo a través de la promoción del Perú como destino, el apoyo al turismo interno y la construcción de infraestructura.

El gobierno de Alejandro Toledo (2001-2006) continuó con el modelo ya puesto en marcha durante el periodo de Fujimori. En julio del 2002 se creó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Micentur), responsable de la promoción de las exportaciones y los tratados internacionales, así como de impulsar y regular la actividad turística. Las políticas públicas se centraron en promover el “producto Perú” y el turismo interno. Paralelamente, se impulsó la inversión privada en infraestructura y se otorgaron incentivos tributarios a la inversión en establecimientos de hospedaje.

Para estimular el turismo interno, se otorgaron días de descanso aparte de los feriados tradicionales. Como estrategia de promoción internacional, en el



2002 se creó el concepto de “marca turística”, símbolo e imagen del Perú en el extranjero (Fuller 2009).

El turismo interno creció de manera sostenida durante la década del 2000. Sin embargo, los flujos fueron pequeños en comparación con el turismo internacional y considerando a la población. Esto se debió, en buena medida, a lo limitado de la infraestructura turística. En consecuencia, a pesar de que este periodo se caracterizó por su tendencia a la institucionalización y formalización, el turismo no logró desarrollar todo su potencial. El segundo gobierno de Alan García (2006-2011) continuó con las políticas diseñadas en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005-2015. En esos años se vivió un clima de expansión económica que el Perú no veía desde la década del sesenta. No obstante, en el 2008 y el 2009 la actividad turística decreció debido a la recesión económica mundial.

2.3.4. Clasificación del turismo

2.3.4.1. Turismo tradicional o de masas

El fenómeno turístico empezó a desarrollarse plenamente en la década de los 50, luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial, cuando factores de carácter político, económico, laboral, tecnológico, comercial, desembocan en el nacimiento del denominado turismo de masas, basado en el consumo de viajes estandarizados, comercializados a gran escala, económicos y con todos los servicios incluidos.

Esta democratización del turismo, es decir, el fenómeno del turismo de masas, se desarrolla plenamente durante la década de los años 60, momento a partir del cual el turismo ha experimentado un crecimiento tan destacable, que ha conseguido estar entre las tres primeras industrias del panorama mundial. Sin embargo, se debe tener en cuenta que durante esta última década coinciden una serie de fuerzas que están impulsando un cambio en la industria turística, entre ellos el progreso tecnológico (nuevas maneras de comercializar los productos turísticos), nuevos operadores turísticos (mucho más

especializados), nuevos métodos de gestión (aplicados a la industria turística) y, sobre todo, un nuevo consumidor.

El nuevo turista tiene ahora la experiencia de viajar y, en consecuencia, dispone de la información. Se trata, pues, de una persona más conocedora, más exigente, más culta, más preocupada y sensibilizada con los impactos sociales, económicos y ambientales. El turista, cansado de las ofertas tradicionales, ha abandonado la pasividad para convertirse en un sujeto más dinámico y participativo en su experiencia turística.

2.3.4.2. Turismo alternativo

El turismo alternativo o sostenible busca atender a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades con una visión a futuro. La OMT concibe esta forma de turismo como una vía hacia la gestión de los recursos turísticos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando, al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (OMT, 1993). Una de estas formas de turismo alternativo es el turismo rural.

Para la OMT, el turismo rural se basa en una perspectiva de desarrollo territorial, involucrando dos sectores: el agrícola y el turismo, los cuales se complementan a partir de sus recursos y sus potencialidades para plasmarse en un nuevo negocio para ambas actividades, en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa o indirectamente (Leal de Rodríguez, 2008).

A. El turismo alternativo: el turismo rural como alternativa de desarrollo

Norma Fuller en sus estudios sobre los destinos turísticos de Antioquía y Lunahuaná, ambos ubicados en la región Lima-Provincias. Destaca la



importancia de la presencia de actores extraterritoriales en los territorios que explotan el turismo. En el caso de Antioquía se resalta el trabajo de una ONG en la transformación urbana del pueblo en un destino turístico. Para el caso de Lunahuaná, la autora destaca la importancia de la laxitud del régimen de propiedad de tierras, que ha permitido que inversores de Lima compren terrenos en la zona e inviertan en infraestructura turística (Fuller, 2011).

Desde otra perspectiva, existe un importante grupo de investigaciones sobre la explotación de la actividad turística en las islas del lago Titicaca, en la región Puno, al sur del país (Gascón, 2005, Ypeij & Zorn, 2007). Estos trabajos son particularmente interesantes porque discuten la noción de que el turismo es una actividad “importada” por actores extraterritoriales. Muy por el contrario, el caso de la isla Taquile nos muestra a una población que inicia el desarrollo turístico en su zona y que posteriormente disputa el manejo de sus recursos. Miyashita (2007) también presenta el caso de Jilayhua, una comunidad ubicada en la carretera entre Cusco y Puno, y la manera en que sus pobladores han tomado acciones concretas frente a las oportunidades que representa el turismo. Según esta autora, es principalmente el entusiasmo y la motivación de los comuneros —que parten de experiencias colectivas exitosas en el pasado— lo que ha influido en el despegue del turismo en la zona, y no solamente los recursos materiales, las relaciones con instituciones exteriores o la capacidad organizativa.

De acuerdo a Soler, Casas y Llorca (2013) es una realidad que en las últimas décadas el sector turístico se ha visto inmerso en un intenso proceso de potenciación de la participación de las comunidades locales en los países en vías de desarrollo que se materializan en iniciativas de Turismo Comunitario.

En este trabajo se pone de manifiesto el importante impacto del turismo en la economía regional de la región constatando que tiene una serie de características idóneas para la implementación de iniciativas de Turismo Comunitario; bajo nivel de desarrollo agrario e industrial, elevados índices de pobreza y desempleo. Se trata de analizar la actividad turística de la región desde la perspectiva del Turismo Comunitario para incidir en la necesidad de

potenciar la participación de las comunidades locales en el futuro modelo de desarrollo y gestión de la actividad turística de la zona cuando en el momento actual encontramos un sólido posicionamiento internacional de un producto turístico maduro, especialmente en la zona del principal atractivo turístico de la región el Santuario Histórico de Machu-Picchu pero no tanto en otras zonas del Valle Sagrado de los Incas o Valle Vilcanota. Esto da lugar a la dificultad de conciliar intereses de desarrollo económico locales con los intereses internacionales de algunos tour operadores que han alcanzado un poder excluyente oligopolístico del segmento Premium y un control de servicios clave: transporte aéreo, ferroviario, hoteles y restaurantes de lujo que generan efectos sociales indeseables en cuanto a identidad, exclusión e insostenibilidad además de impactos económicos indeseables como son el incremento del coste de la vida, asimétrica distribución de la renta, proliferación de subempleo, etc. El turismo desde la perspectiva del Turismo Comunitario debe de ser el motor del desarrollo regional y local sostenible.

2.3.4.3. Turismo rural comunitario

El turismo rural se origina en Europa por la crisis en la agricultura iniciada en los años 60, que generó la emigración masiva de los agricultores a las ciudades y ocasionó que los que se quedaban en los espacios rurales despoblados, tuvieran que buscar un complemento en su renta. En los años 80, la concertación de políticas agrícolas comunes de la Unión Europea, a través de los Programas Leader de desarrollo rural, buscaron dar una alternativa productiva a las familias campesinas. El 90% de los recursos de la política de subsidios se aplicó a proyectos de turismo rural: se realizaron importantes aportes a la recuperación de la calidad de vida rural europea y su revalorización (Leal de Rodríguez, 2008).

El turismo rural comunitario genera beneficios a las comunidades que lo practican. Estos beneficios pueden ser económicos, sociales, ambientales e incluso culturales. La finalidad principal del turismo rural comunitario es crear oportunidades de desarrollo y mejora de calidad de vida en las comunidades. En este sentido, el turismo rural comunitario, más allá de ser



un producto o sector específico de turismo, es una forma de ver la industria. Esto implica una gama de stakeholders operando en distintos niveles, incluyendo el Gobierno, el sector privado y la sociedad civil, así como los mismos miembros de las comunidades que ofrecen estos servicios (Ashley, Roe & Goodwin, 2001).

2.3.5. El turismo rural comunitario en el Perú

2.3.5.1. El turismo rural comunitario en la región Cusco

Durante los últimos años, el turismo rural comunitario ha tenido un desarrollo importante en algunas comunidades de la Región Cusco, tales como Raqchi, y las comunidades comprendidas en el proyecto Pacha-Paqareq, como Patabamba, Chillca y Kharhui. *Raqchi* Ubicada en la provincia de Canchis, Cusco, a 3,500 msnm, en donde el turista puede encontrar contacto con la cultura local, arqueología, naturaleza, fiestas populares, artesanías. Los raquiños, en su mayoría, tienen estudios superiores: son maestros, guías de turismo o graduados en computación. Este rasgo, que fortalece la autoestima, ha sido determinante para la puesta en valor de sus recursos tradicionales. El proyecto vivencial está asociado con un proceso de recuperación de la vestimenta tradicional, la cerámica, los alimentos y la lengua. El concepto de Raqchi es transformar a la comunidad en un museo vivo, donde el visitante pueda compenetrarse con aspectos auténticos de la cultura quechua, pasando unos días con los pobladores, para lo cual se han construido habitaciones y baños anexos a las viviendas de las familias. Además de la visita al complejo, los comuneros de Raqchi organizan una caminata muy atractiva a un volcán apagado llamado Kinsachata, uno de sus Apus locales. El proyecto vivencial surgió como una necesidad de que el flujo turístico que llega al conjunto inca, incidiera favorablemente en la comunidad. De ahí que el proyecto y la visita arqueológica estén muy relacionados. Lo interesante es que esta visita se enriquece con el guiado de los jóvenes locales, quienes describen los restos incas desde la perspectiva del poblador local, partícipe de la historia.



Por su parte, el Gobierno Regional del Cusco ha registrado un total de 75 emprendimientos de turismo rural comunitario en esta región, agrupados en *microdestinos*: (a) Cordillera Ausangate – Carabaya, comprende las comunidades de Singrenacocha, Ccomercocha, Quilleta, Pukacocha, Ccascanacocha, Patasallana; (b) Lamay-Coya-Pisac-San Salvador y alturas; (c) Cusco – Huchuy Qosqo, comprende las comunidades de Patabamba, Huchuy Qosqo, Cuper Alto y Pueblo, Urquillos; (d) Chinchero – Moray – Maras, comprende las comunidades de Cuper Alto y Pueblo, Chinchero, Cruzpata, Santa Ana, Maras; (e) Cordillera Urubamba, comprende las comunidades de Huarán, Quishuarani, Huilloc, Patacancha, Pumahuanca, Cancha Cancha, Cuncani, Cochayoc, Quelcanca; (f) Machu Picchu y la Cordillera Vilcabamba, comprende las comunidades de Huancacalle, Colcapampa, Mollepata, Santa Teresa, Quillabamba, Huancacalle, Quiteni, Totorá, Yanama, El Maizal, Vilcabamba la nueva, Ututo, Vista Alegre, Concevidayoc, entre otro.

Es difícil generalizar respecto del progreso de los distintos emprendimientos de turismo rural comunitario en la Región Cusco, pues conviven diferentes emprendimientos en distintos grados de desarrollo. Sin embargo, entre los problemas más comunes en los emprendimientos podemos mencionar: (a) capacidades y activos limitados para responder al mercado y los estándares que éste exige; (b) estándares dispares e insuficientes (que no responden a expectativas del demandante); (c) limitada llegada al mercado por insuficiente lectura de éste y de sus preferencias; y (d) vulnerabilidad y alta dependencia de los emprendimientos, respecto a sus operadores y patrocinadores.

2.3.5.2. Oferta del turismo rural comunitario

El enfoque de la tesis considera aspectos ambientales que definen la oferta del turismo, debido a que el ambiente integra todo, define las características físicas del entorno, así como las condiciones sociales y culturales del sitio. Por la naturaleza misma del turismo en el medio rural, este tema tiene gran importancia, pues es la base fundamental de información que posteriormente



formará parte integrante de los productos que se desarrollen. Además, se deberá tener presente que una buena parte del enriquecimiento de la vivencia del visitante depende de la información que le proporcionemos. Dicha información consiste, entre otras, en la ubicación geográfica, el entorno físico, el ambiente social y cultural, las condiciones económicas de la zona, entre otros aspectos. Sin embargo, en un primer alcance, definiremos nuestra oferta desde el punto de vista geográfico.

En el Perú, se han llevado a cabo varios estudios de regionalización desde enfoques muy diversos como el clima (tipos de clima), las aguas (cuencas hidrográficas), los suelos, la flora (formaciones vegetales), la fauna (provincias de fauna) y el de los tradicionales pisos altitudinales (chala, yunga, quechua, suni, puna, janca, rupa-rupa, omagua). Un importante aspecto a considerar en el desarrollo del turismo rural comunitario es que la comunidad local tiene un control directo y participa en su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad. La definición de la comunidad dependerá de las estructuras sociales e institucionales en la zona de que se trate, pero la definición supone alguna forma de responsabilidad colectiva y aceptación de los órganos representativos.

También, es importante verificar si el sitio es adecuado y si cumple con ciertos requisitos fundamentales, a fin de incrementar las probabilidades de éxito. Un segundo aspecto importante para determinar la oferta turística del Perú, consiste en considerar a las comunidades campesinas y nativas, familias lingüísticas y grupos étnicos. La oferta de turismo rural comunitario no solo está basada en las actividades que se puedan hacer en un sitio determinado, sino que la cultura viva de las comunidades campesinas y nativas juega un rol importante en la experiencia turística. Las comunidades campesinas son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integradas por familias que habitan y controlan determinados territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresados en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades



multisectoriales, cuyos fines se orientan a la realización plena de sus miembros y del país (Ley 24656).

2.3.5.3. Demanda del turismo rural comunitario

Como en todo servicio, la demanda del sector turismo es la pieza clave a partir de la cual se desarrolla este sector. De hecho, casi todos los estudios o análisis que se han realizado en los últimos años precisamente están orientados a evaluar la demanda, sus características y perspectivas. Sin embargo, muchos de estos análisis son básicamente descriptivos, principalmente intentando establecer una adecuada segmentación del mercado. En esta sección, se realiza un breve recuento del conocimiento que se tiene sobre los turistas que visitan el país intentando identificar qué factores influyen en su comportamiento. Luego, se estima el tamaño del mercado turístico nacional para tener una idea de las magnitudes involucradas en el sector.

En el sector turismo, los demandantes (los turistas) son muy diversos y cada uno de ellos tiene necesidades diferentes. En ese sentido, para las empresas es útil identificar a los diferentes tipos de demandantes y clasificarlos de acuerdo con segmentos de mercado a fin de desarrollar productos específicos a cada necesidad. Debido a la disponibilidad de información en el país y a las enormes diferencias en capacidad de gasto, usualmente se separa el análisis del turista extranjero y el turista nacional. Hoy en día, la actividad turística a nivel mundial se caracteriza por las nuevas tendencias de consumo (búsqueda de experiencias, contacto con la naturaleza, cultura y aprendizaje, etc.), por lo cual es muy importante tener claro los intereses, las actitudes y las preferencias de los turistas, que cada vez se vuelven más exigentes y especializados. Estos cambios han originado una creciente valoración por lo auténtico, por la búsqueda de lo natural y lo sostenible, en donde el entorno no urbano se vuelve el principal protagonista.

La demanda nacional de turismo conforma una parte importante de la actividad turística y esta se ha visto favorecida por la mejora en la situación

económica del Perú, según estadísticas publicadas por el Mincetur (Mincetur, 2010).

2.3.5.4. Perfil del turista rural comunitario

Los países con mayor consolidación de su oferta turística reciben actualmente más de 50 millones de turistas al año y perciben ingresos, reflejados en el gasto del turista, que superan los US\$ 30 billones. La evolución que cabe esperar de la economía mundial, en la que se espera mayor ingreso per cápita, mayor tiempo para el ocio, mayor expectativa de vida y mejores más baratos medios de transporte, favorecen significativamente al desarrollo del turismo. En ese sentido, el Perú ha recibido 1.8 millones de turistas durante el año 2008 e ingresos del turismo por más de US\$ 1.5 mil millones (Mincetur, 2009).

Los estudios realizados en el país con relación al turismo rural comunitario no son abundantes en la bibliografía actual; sin embargo, PromPerú ha realizado encuestas para determinar las características del turismo receptor que viene específicamente para realizar turismo rural comunitario. Dichas encuestas han sido realizadas únicamente en las regiones en las cuales existe mucha mayor oferta.

De acuerdo con las estadísticas del Ministerio del Interior (MININTER), los turistas suelen arribar al país de manera significativa durante todo el año, pero existen dos estaciones de particular interés. La primera de ellas ocurre entre los meses de julio y agosto, periodo que coincide con la época de veranos y vacaciones en el hemisferio norte, principalmente EE.UU., y es precisamente el periodo de mayor salida de nacionales. La otra de ellas es entre diciembre y enero, influenciada principalmente por el periodo de verano y vacaciones en países vecinos como Chile, Argentina y Ecuador.

Desde 1993, cuando empezó el crecimiento sostenido de este sector, esta estacionalidad se ha mantenido e incluso se ha acentuado. Probablemente, las campañas de publicidad se hayan concentrado en promocionar destinos

específicos en fechas determinadas, lo cual puede ser importante en el corto plazo, pero, en el mediano plazo, puede generar concentración y saturación en determinados servicios.

La conclusión del estudio de PromPerú resulta en que existe un 28% de turistas extranjeros que, entre sus actividades realizadas en el País, han realizado visitas a comunidades nativas o realizaron visitas de turismo rural comunitario. Por otro lado, de acuerdo con el mismo estudio, en tres de los destinos más concurridos y con mayor potencial para el turismo rural comunitario en el Perú, el origen de los turistas está distribuido de la siguiente manera: (a) en Puno: 21% Estados Unidos y 11% Francia; (b) en Cusco: 22% Estados Unidos, 13% España y 11% Inglaterra; y (c) en Madre de Dios: 19% Estados Unidos, 18% España y 15% Italia (Mincetur, 2008).

Las decisiones de turismo no solo involucran la decisión de viajar o no viajar. Una vez decidido el viaje, se decide cuánto gastar. Según datos de la OMT, los turistas extranjeros que visitan el Perú realizan gastos mayores a los de otros turistas en otros países de Latinoamérica. De acuerdo con el Badatur (2009), el gasto per cápita de los turistas en el Perú es de aproximadamente unos 1,062 dólares (ver Tabla 8), mientras que en países como Chile este indicador se sitúa en alrededor de 567 dólares y en Ecuador, en 756 dólares (Sernatur, 2009). Cabe señalar que los turistas permanecen en el país unos 15 días en promedio, lo cual implica que su gasto diario es de aproximadamente unos 76 dólares. Los principales rubros de gasto son utilizados en alimentos y bebidas, y alojamiento.

2.3.6. Impacto socio – económica del turismo

Sigrid Stefani Cruz (2006) nos presenta una síntesis sobre los impactos del turismo, que desarrollamos a continuación:

- a) **impacto socio-cultural.**- Este se evidencia a mediano o largo plazo sobre todo en la población receptora, en los cambios en la estructura de la población, en la transformación de las formas y tipos de ocupación,



transformación de valores, en su influencia sobre la vida tradicional, en la modificación de patrones de consumo. Por otro lado también se manifiesta, acelerando la tendencia a los cambios culturales que despojan de su significado a los elementos culturales, convirtiéndolos en sólo una mercancía más.

- b) **Impacto Económico.**- A nivel local y regional el mayor impacto se da en la generación de empleo de manera directa o indirecta al requerirse mano de obra (técnica y profesional).

Efectos directos. Son los empleos generados por las empresas que suministran bienes y servicios directamente a los visitantes. Cabe señalar, que estos empleos en muchos casos son estacionales y poco calificados, además la modernización de algunas infraestructuras turísticas en muchos casos no responde a un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas.

Efectos indirectos (multiplicadores). Los que se producen en la medida en que la actividad de las empresas específicamente turísticas impulsa el desarrollo de otras empresas del sistema económico.

- c) **Impacto en el ambiente.**- Este depende de la demanda o de las características de los recursos naturales, el turismo genera toda una serie de mejoras en la infraestructura y forma de vida de numerosos núcleos rurales que hasta entonces habían permanecido olvidados; entre ellas podemos señalar:

Impacto positivo

- La mejora y creación de vías de comunicación.
- La valoración de algunas zonas naturales como recurso.
- Generación de empleo

Impacto negativo

- Alteración irreversible en el paisaje, por la proliferación de infraestructuras y construcciones, desde vías de comunicación a

instalaciones turísticas.

- Invasión de áreas naturales, provocando impacto en la fauna y flora.
- Acumulación y vertido de residuos sólidos y líquidos a la intemperie y en aguas corrientes.

En la actualidad antes de cualquier intervención en un ecosistema se estudian sus consecuencias, su impacto ambiental. En este estudio de impacto ambiental se valoran las modificaciones que introduce el proyecto tanto en el medio natural como social. Según los resultados puede modificarse el proyecto para minimizar el impacto.

2.3.7. El turismo como modelo de desarrollo: vínculos con la inclusión social

El turismo, como disciplina de estudio de las ciencias sociales, ha sido abordado desde las teorías del desarrollo surgidas a mediados del siglo pasado y sus sucesivas concepciones. Resume bien estos acercamientos en cinco modelos: el de la modernización, el dependientista, el del desarrollo alternativo, el neoliberal y el pos desarrollista. Telfer (2009). El enfoque de la modernización en materia turística, que primó durante los primeros años de expansión de la actividad a mediados del siglo pasado, apuntaba a promover el empleo, la circulación de divisas y la creación de polos de desarrollo. Esta etapa estuvo vinculada a la era más “suntuaria” del turismo, cuando los medios de transporte aún eran, o bien caros, o bien lentos.

Según Holden (2013), el Banco Mundial en 1950 clasificaba el turismo como una de las políticas económicas que debían guiar a los gobiernos del llamado “tercer mundo”. Con lo que se concreta en 1970 la creación de la Organización Mundial del Turismo.

Según Chris Kirkby (2002) El desarrollo turístico tiene la potencialidad de generar diversos beneficios económicos directos para una región, ya sea utilidades para operadores, puestos de trabajo, o financiamiento de Áreas Naturales Protegidas (ANP) a través de cobros por concepto de ingreso a éstas o donaciones directas por parte de operadores y turistas. Turismo de



naturaleza, y el ecoturismo en particular, son sectores importantes de esta industria porque tienen la capacidad de crear utilidades y puestos de trabajo, etc. en regiones remotas que históricamente han beneficiado poco de programas de desarrollo económico en comparación con aquellas regiones más pobladas (Boo 1990, Lindberg & Hawkins 1993, Kottke 1988). Unos pocos puestos de trabajo o incrementos en los ingresos de personas o empresas que ofrecen servicios o productos consumidos por la industria turística puede ser significativo en comunidades o regiones donde la población es baja y/o donde actividades económicas rentables son limitadas. El impacto económico del turismo, es decir el cambio en las ventas, ingresos, puestos de trabajo y otros parámetros generados por la industria en un área definida, particularmente si este es significativo frente otros fuentes de ingresos puede crear o incrementar el respaldo político para la conservación del área y de los atractivos visitados por los turistas, particularmente entre la población local y el Gobierno local.

2.3.8. Teoría de la calidad

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define la calidad como: etimológicamente del latín “qualitas-atis”, “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor” (RAE, 2001: 401). En 1946 la Asociación Americana para la Calidad ya introduce una nueva faceta del término, al poner de manifiesto que estas características del producto deben estar orientadas y tener capacidad para satisfacer las necesidades del usuario.

La calidad es el grado de conformidad de las propiedades y atributos de un producto en relación a las necesidades y expectativas del consumidor, teniendo presente el precio que por ello se está dispuesto a pagar. Lambin (2003). En 1978 el American National Institute (ANSI) y la American Society for Quality Control (ASQC, 1978) estandarizan las definiciones oficiales de calidad, estableciendo que la calidad es un concepto que abarca la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio sobre los que se sustenta su capacidad para satisfacer determinadas necesidades de los



usuarios (ASQC, 1978). Finalmente Taguchi (1986) en la década de los ochenta introduce los costes de calidad como un aspecto más a tener en cuenta en lo que a la calidad se refiere, y hace referencia a este término como las pérdidas mínimas ocasionadas a la sociedad durante la vida útil de un producto.

2.3.9. Teoría de la calidad de servicios

Zeithaml, Berry y Parasuraman (1993), determinaron a través de diferentes estudios llevados a cabo durante los años ochenta que los consumidores valoraban la calidad de servicio en base a diez aspectos:

- La fiabilidad para prestar el servicio prometido de forma cuidadosa.
- La competencia de los recursos humanos para prestar el servicio.
- La capacidad de respuesta para poder satisfacer a los clientes lo antes posible.
- La accesibilidad del servicio y facilidad de contacto, con independencia del horario en que se reclame por parte del cliente.
- La empatía para comprender las necesidades de los clientes y responder a sus necesidades sobrepasando sus expectativas.
- Cortesía y atención por parte de los recursos humanos de la empresa para prestar el servicio con respeto, amabilidad, consideración, etc.
- Comunicación para mantener puntualmente informados a los clientes.
- Credibilidad, fijada por la veracidad en el servicio prestado.
- Seguridad, que confiere confianza y despeja dudas respecto al servicio, tanto desde el punto de vista económico, como físico.
- Elementos tangibles, todos aquellos relacionados con el aspecto del servicio, como las instalaciones físicas, equipos técnicos y humanos y resto de medios necesarios para la correcta prestación del servicio.

Este término es muy controvertido pero la acepción que se usará en la investigación es la realizada por los autores Regina C. Shlüter y Gabriel Winter quienes en su libro Turismo una Perspectiva Empresarial definieron a la calidad de la siguiente manera: “El éxito de los servicios turísticos está



dado por asegurar la calidad, que permite la fidelización de los usuarios "... La calidad, si bien se puede tener algunos elementos tangibles, se mide básicamente por la percepción del cliente respecto de la satisfacción de sus expectativas, las cuales están compuestas en gran medida por elementos intangibles.

La satisfacción del consumidor es una ventaja competitiva que puede mantenerse a largo plazo. En cierto modo indica el desempeño futuro de una empresa de servicios" (Schüter y Winter, 2003). Con relación a los aspectos físicos se suelen aplicar los mismos criterios que para otras actividades de servicios, tales como el cumplimiento de normas de limpieza, salubridad, imagen de limpieza, entre otros. No obstante, en la calidad de servicios turísticos tiene gran incidencia factores intangibles como la cordialidad de los prestadores, la velocidad de respuesta, el grado de hospitalidad de la población local, entre otros.

Otra clasificación es la que realiza La Organización Mundial de Turismo (1998) en su libro *Introducción al Turismo* menciona a la calidad de la siguiente manera "En función del grado de satisfacción que pueden aportar los atributos de un producto o de un servicio, la calidad tiene dos dimensiones: calidad obligatoria y calidad atractiva. La calidad obligatoria se refiere a aquellos aspectos que son esperados por el cliente; si no los encuentra se siente insatisfecho. La calidad atractiva, por el contrario, hace referencia a los aspectos que van más allá de lo esperado y que sorprenden al cliente; pero, si no se dan no se siente defraudado... La calidad total en turismo requiere observar cuidadosamente las características de este sector.

La actividad turística es una amalgama de servicios, instalaciones y organizaciones. Por lo tanto hablar de calidad en turismo, puede hacerse bien desde una perspectiva individual (calidad de entorno físico, calidad de un hotel, calidad de los servicios públicos, etc.) o desde una perspectiva general (calidad de transporte aéreo, calidad de un destino turístico, etc.). La mejora de la calidad de los aspectos físicos del turismo no difiere mucho de otras

industrias; se trata de cumplir con especificaciones como salubridad del agua, limpieza del aire, higiene de las instalaciones, cuidado del paisaje, etc.

2.3.10. Teoría de la Escala de ServQual

Esta escala de medición, según Duque (2005) “es el modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry, constituida en el planteamiento más utilizado por los académicos hasta el momento, dada la proliferación de artículos en el área que usan su escala”. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) partieron del paradigma de la des confirmación, al igual que Grönroos, para desarrollar un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio percibida. Luego de algunas investigaciones y evaluaciones, tomando como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio y lo llamaron Servqual, por sus siglas en inglés de las palabras, Service Quality.

Desde la perspectiva de su amplio uso, Markovic y Raspor, (2010): “el modelo se ha aplicado en diversas industrias de servicios, incluido el turismo y la hospitalidad. En la mayoría de las investigaciones el instrumento fue modificado para adaptarse a las características de un servicio específico”.

A. Conceptualización de la escala ServQual

Es una escala de ítems múltiples que sirve para medir las percepciones del cliente con respecto a la calidad del servicio (Parasuraman et al., 1985). El instrumento se compone de 22 frases que miden las expectativas del cliente y 22 frases similares que miden las percepciones del cliente y la calidad del servicio se establece mediante la diferencia de las puntuaciones que el cliente asignó a las expectativas y a las percepciones. (Duque y Chaparro, 2012).

En la presente década, la escala Servqual ha sido utilizada en innumerables trabajos de investigación llevados a cabo en distintos países. Como resultado de estas investigaciones, la escala Servqual posee un mayor aporte



informativo, posibilita la determinación de los atributos más relevantes para los clientes en relación con sus expectativas, permite identificar puntos fuertes y débiles en la prestación de los servicios y contribuye de forma positiva a la mejora en el proceso de toma de decisiones (Gadotti y França, 2008).

Esta escala consta de 22 ítems que representan las cinco dimensiones de un servicio: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía. Posteriormente, la escala es modificada por sus autores, introduciendo las ponderaciones de cada dimensión, y sustituyeron en cada una de las sentencias, el término “deben o deberían” por el término “lo que sería esperable o lo que se debería esperar”. Además, aquellos ítems que estaban redactados de forma negativa, fueron todos ellos redactados positivamente. (Barrera y Reyes, 2003).

Respecto de la utilización de esta escala, Parasuraman et al. (1985) concluyeron que “Servqual ofrece una variedad de posibilidades para su aplicación. Se puede utilizar para evaluar las expectativas de los clientes, así como sus percepciones, para una amplia gama de servicios y organizaciones”. “...varios investigadores han utilizado SERVQUAL para medir la calidad del servicio en diversos sectores como la salud (Babakus y Mangold, 1992; Headley et al. 1993), bancario (Brown et al 1993; Pitt y col 1995), comida rápida (Lee y Ulgado 1997), servicios profesionales (Freeman y Dart 1993), el comercio al por menor (Gagliano y Hathcote 1994), y la publicidad (Quester et al. 1995). (Nyeck, Riadh y Pons, 2002).

Parasuraman et al (1985) hallaron que la calidad de servicio posee cinco dimensiones las cuales pueden ser medidas a través de 22 indicadores. Estos autores afirman que las dimensiones propuestas en su modelo son genéricas, es decir aplicables a todos los servicios, y las describen de la siguiente forma:

B. Dimensiones del modelo SERVQUAL para medir la calidad de los servicio

Tabla N° 1: Dimensiones del modelo SERVQUAL

Dimensión	Descripción
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones
Confiabilidad	Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza
Capacidad de Respuesta	Buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza
Empatía	Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes

Fuente: Parasuraman et al. (1988).

2.3.11. Evaluación de la calidad de servicios según ServQual

De acuerdo a Palacios (2014), existen diferentes modelos para evaluar la calidad de servicios, entre los que destacan: "...el paradigma disconfirmatorio de Oliver (1980); modelo de la calidad de servicio de Grönroos (1984), el modelo Servqual, de Parasuraman et al. (1985,1988), el modelo de servucción de Eiglier y Laigeard (1989); Servperf de Cronin y Taylor (1992); desempeño evaluado de Teas (1993, 1994), modelo de los tres componentes de Rust y Oliver (1994), escala multidimensional de calidad de servicio de Dabholkar, Thorpe y Rentz (1996) y Brady y Cronin (2001)" (Palacios, 2014). De las cuales resaltan Servqual y Servperf, porque han sido las más utilizadas al evaluar la calidad de servicios.

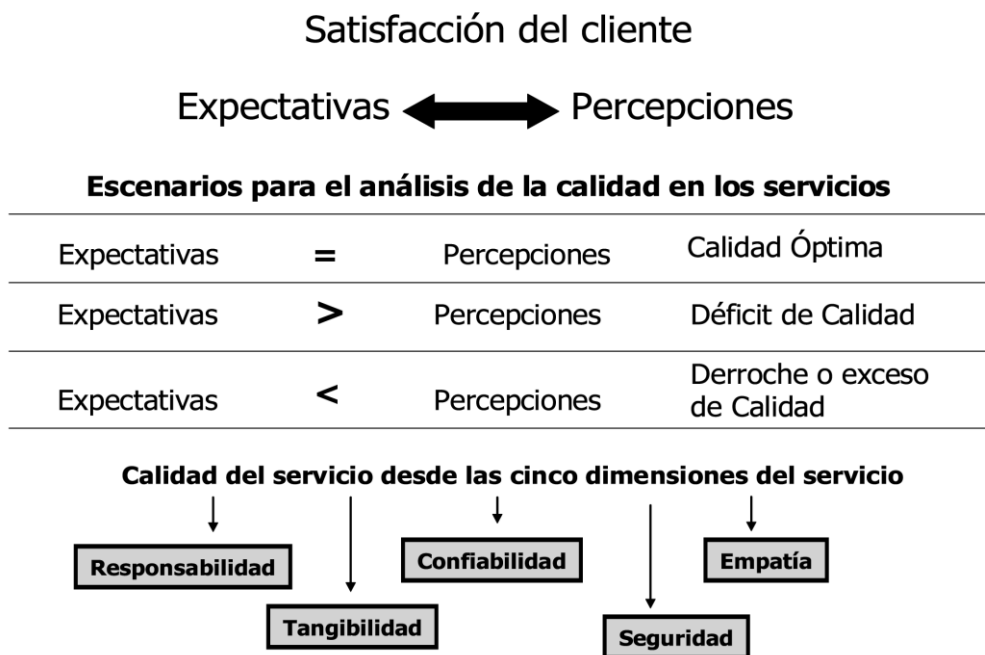
El éxito para alcanzar calidad en el sector turístico puede ser medido por el grado de satisfacción de los turistas con el servicio recibido, el cual a su vez se puede reflejar en el regreso de los turistas, de algún amigo o familiar al mismo destino turístico (Morillo, 2007).

La utilización de la Escala de SERVQUAL para evaluar la calidad de los servicios de hospedaje, permite comparar la diferencia entre los niveles de expectativas y percepciones, para cada una de las dimensiones señaladas (Morillo, 2007):

- Si las expectativas son inferiores a las percepciones, la calidad del servicio es considerada como un ‘exceso de calidad’ o derroche de calidad.
- Si las expectativas son iguales a las percepciones, la calidad del servicio es considerada ‘óptima’ o satisfactoria.

Cuando las expectativas son superiores a las percepciones se considera que existe déficit o falta de calidad en los servicios prestados.

Figura N° 1: Satisfacción del cliente



Fuente: Morillo (2007) en base a Kotler y Armstrong (1998) y Zeithaml y Bitner (2002).

2.3.12. Hospedaje o pensión de turismo

Establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento, en habitaciones privadas o colectivas; con servicio sanitario privado o

colectivo. El hospedaje o pensión podrá ofrecer servicios de alimentación cumpliendo con requisitos mínimos de acuerdo a su categoría. Su tarifa de alojamiento podrá ser periódica, diaria, semanal, quincenal o mensual, y de acuerdo al tipo de habitación o por cama (Echeverría, R., 2009).

2.3.13. 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 (Reglamento de la Ley de Turismo).

- **Clase:** Identificación del establecimiento de hospedaje de acuerdo a la clasificación establecida en el Artículo 2° del presente Reglamento.
- **Categoría:** Rango en estrellas establecido por este Reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimiento de hospedaje, las condiciones de funcionamiento y servicios que éstos deben ofrecer. Sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart-Hotel, Hostal y Resort.
 - **Hotel:** Establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea.
 - **Apart-Hotel:** Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración.
 - **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.

- **Ecolodge:** Establecimiento de hospedaje cuyas actividades se desarrollan en espacios naturales, cumpliendo los principios del Ecoturismo. Debe ser operado, y administrado de una manera sensible, en armonía con el respeto y protección del medio ambiente.
- **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 deberán cumplir con los requisitos.

2.3.14. Establecimiento de hospedaje rural

Establecimiento de hospedaje ubicado en zona rural, destinado a prestar servicio de alojamiento no permanente, a efecto que sus huéspedes pernocten en éste, con la posibilidad de incluir servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente convenida. Los Establecimientos de Hospedaje Rural deben edificarse o adecuar su edificación, considerando las características propias de la arquitectura tradicional de la zona donde se ubiquen, estar integrados al paisaje y entorno natural y cumplir con las disposiciones sobre protección del medio ambiente (Reglamento de establecimientos de hospedaje rural).

2.3.15. Habitación o departamento

Ambiente privado del establecimiento de hospedaje, amoblado y equipado para prestar facilidades a fin de que los huéspedes puedan pernoctar, según su capacidad, el cual debe cumplir con los requisitos mínimos previstos en los anexos correspondientes del presente Reglamento (Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. D. S. N° 029-2004-MINCETUR).

- **Huésped.-** Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de hospedaje (Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. D. S. N° 029-2004-MINCETUR).



2.3.16. Servicios complementarios

Servicio de comidas y bebidas, lavandería, planchado, venta de productos artesanales, información turística, actividades de esparcimiento y recreación, entre otros, prestados en el establecimiento con el fin de facilitar la estadía del huésped (Reglamento de establecimientos de hospedaje rural).

2.3.17. Zona rural

Espacio geográfico caracterizado por presentar una escasa densidad de población, ausencia de aglomeración urbana y concentración industrial; asimismo, se distingue por el acentuado desarrollo de actividades agropecuarias y presencia de patrimonio arqueológico, cultural y/o natural (Reglamento de establecimientos de hospedaje rural).

2.4. Marco Conceptual

- ✓ **Turismo.-** Es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo es un factor insustituible de auto educación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.
- ✓ **Turismo alternativo.-** El turismo alternativo o sostenible busca atender a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades con una visión a futuro.
- ✓ **Turismo rural comunitario.-** El turismo rural se origina en Europa por la crisis en la agricultura iniciada en los años 60, que generó la emigración masiva de los agricultores a las ciudades y ocasionó que los que se quedaban en los espacios rurales despoblados, tuvieran que buscar un complemento en su renta.



- ✓ **Impacto Económico.-** A nivel local y regional el mayor impacto se da en la generación de empleo de manera directa o indirecta al requerirse mano de obra (técnica y profesional).
- ✓ **La Calidad.-** La calidad es el grado de conformidad de las propiedades y atributos de un producto en relación a las necesidades y expectativas del consumidor, teniendo presente el precio que por ello se está dispuesto a pagar.
- ✓ **Actividad turística.** La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo (Glosario, Ley General del Turismo. Ley N° 29408).
- ✓ **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 (Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. D. S. N° 029-2004-MINCETUR).
- ✓ **Establecimiento de Hospedaje Rural:** Establecimiento de hospedaje ubicado en zona rural, destinado a prestar servicio de alojamiento no permanente, a efecto que sus huéspedes pernocten en éste, con la posibilidad de incluir servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente convenida.
- ✓ **Habitación o Departamento:** Ambiente privado del establecimiento de hospedaje, amoblado y equipado para prestar facilidades a fin de que los huéspedes puedan pernoctar, según su capacidad, el cual debe cumplir con los requisitos mínimos previstos en los anexos correspondientes del presente Reglamento (Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. D. S. N° 029-2004-MINCETUR).



- ✓ **Huésped:** Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de hospedaje (Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. D. S. N° 029-2004-MINCETUR).
- ✓ **Servicios complementarios.** Servicio de comidas y bebidas, lavandería, planchado, venta de productos artesanales, información turística, actividades de esparcimiento y recreación, entre otros, prestados en el establecimiento con el fin de facilitar la estadía del huésped (Reglamento de establecimientos de hospedaje rural).
- ✓ **Turista.** Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino (Glosario, Ley General del Turismo. Ley N° 29408).
- ✓ **Zona Rural:** Espacio geográfico caracterizado por presentar una escasa densidad de población, ausencia de aglomeración urbana y concentración industrial; asimismo, se distingue por el acentuado desarrollo de actividades agropecuarias y presencia de patrimonio arqueológico, cultural y/o natural (Reglamento de establecimientos de hospedaje rural).

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis general

El nivel de calidad de los servicios de hospedajes del TRC en la comunidad campesina de Paru Paru del distrito de Pisac, Provincia de Calca Departamento del Cusco es bajo; sin embargo existe una influencia socioeconómica que beneficia a la población de estudio.

2.5.2. Hipótesis específicas

- a) Los turistas visitantes a la comunidad de Paru Paru del distrito de Pisac manifiestan que la calidad del servicio de hospedaje del TRC brindado es baja.
- b) Los beneficios socioeconómicos generados en la comunidad de Paru Paru son diversos así como mayores ingresos económicos y mejor estatus social en los pobladores de la zona de estudio.
- c) La comunidad campesina de Paru Paru posee altas posibilidades de mejorar la prestación de servicios de hospedaje en el TRC brindados a los visitantes.

2.6. Variables e indicadores

2.6.1. Variables

Variable 1:

CALIDAD DE SERVICIOS

Variable 2:

INFLUENCIA SOCIO ECONÓMICA

2.6.2. Conceptualización de las variables

CALIDAD DE SERVICIOS TURÍSTICOS. La calidad del servicio es el resultado de la evaluación, denominada calidad de servicio percibida, donde el cliente compara sus expectativas con su percepción del servicio recibido (Grönross, 1984).

$$C = P - E$$

INFLUENCIA SOCIO ECONÓMICA. Impactos que el turismo puede generar sobre las poblaciones receptoras, que permite identificar cómo el ciudadano residente los valora (García y Sancho, 1999).



2.6.3. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIOS	<p>La calidad del servicio es el resultado de la evaluación, denominada calidad de servicio percibida, donde el cliente compara sus expectativas con su percepción del servicio recibido. $C = P - E$ (Grönross, 1984) Es la respuesta expresada del usuario sobre la impresión obtenida a través de los sentidos del cuidado que le brinda al momento de utilizar los servicios</p>	<p>La calidad de servicios se medirá a través de la técnica ServQual, según la cual, la calidad es la diferencia entre las expectativas y las percepciones. Por lo cual se administrará a los visitantes dos test.</p>	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - comodidad de las habitaciones - mobiliario pintoresco - limpieza del mobiliario. - habitaciones con nobiliario completo 	<p>(-) = Déficit de calidad 0 = Calidad óptima (+) = Exceso de calidad</p>
			Confianza	<ul style="list-style-type: none"> - orden adecuado de la habitación - atención de las demandas del huésped - servicio disponible permanentemente - estádía sin problemas 	
			Respuesta rápida	<ul style="list-style-type: none"> - respuesta eficiente a pedidos - respuesta inmediata a pedidos - respuesta cordial a pedidos - se entrega lo demandado 	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - personal preparado para atender - información adecuada del personal - resolución de problemas que se presentan - capacidad de solución de problemas 	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Trato cordial al huésped - satisfacción con el clima del hospedaje - satisfacción con la forma de solución de problemas - satisfacción con la forma de cumplen con pedidos 	
INFLUENCIA SOCIO ECONÓMICA	<p>Impactos que el turismo puede generar sobre las poblaciones receptoras, que permite identificar cómo el ciudadano residente los valora. (García y Sancho, 1999)</p>	<p>La influencia socioeconómica se determinará a través de una encuesta que recopilé información que proporciona la propia población.</p>	Influencia social	<ul style="list-style-type: none"> - Educación - Salud - Servicios básicos - Cultura local - Tradiciones 	<p>1 = Nada 2 = Poco 3 = Regular 4 = Bastante</p>
			Influencia económica	<ul style="list-style-type: none"> - Genera inversión y trabajo - Cambios en las crianzas - Cambios en los cultivos - Cambios en los ingresos - Cambios en la calidad de vida 	

Fuente: Elaboración propia – 2016.



CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo No Experimental, de corte transversal. Porque no se modificará o hará cambio en ninguna de las variables.

3.2. Nivel de investigación

El Nivel de la Investigación es correlacional descriptivo, porque se relacionara y describirá la situación de las variables en un determinado momento del tiempo.

3.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es el siguiente:

$$M \rightarrow O$$

Pues sólo se tomará información de las variables de estudio en un solo momento del tiempo.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población de la investigación está constituida por 390 turistas, cantidad que corresponde a los turistas que arribaron a la comunidad de Paru Paru el año pasado, según el libro de registro de visitantes de la asociación.

3.4.2. Muestra

Tomando en consideración que el tamaño de la población es de 390 turistas, ha procedido al cálculo del tamaño muestra cuyo resultado se muestra a continuación:

COMUNIDAD PARU PARU: FLUJO TURÍSTICO. 2015
Distrito de Pisac - Provincia de Calca
(Poblaciones Finitas)

Parámetros	Inicial	%	Valor
Nivel de Confianza	z	95%	1.96
Probabilidad de éxito	p	50%	0.5
Probabilidad de fracaso	q	50%	0.5
Porcentaje de Error	e	10%	0.1
Tamaño de muestra	$n_o =$	96.0	
	N =	390	
Muestra ajustada	n =	77	

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnicas

- Revisión bibliográfica
- Revisión documentaria
- Encuesta
- Análisis estadístico

3.5.2. Instrumentos

- Fichas bibliográficas
- Cuestionario servqual para la evaluación de la calidad de servicios turísticos
- Cuestionario de impacto económico
- Cuadros estadísticos



3.6. Técnicas de procesamiento de datos

El procesamiento de datos se ha realizado bajo el siguiente procedimiento:

- Se diseñó una base de datos en el programa de software estadístico SPSS, para el vaciado de los datos, es decir, para transferir la información de las fichas a las base de datos.
- Se realizó una primera emisión de reportes generales, para verificar la calidad del proceso de vaciado de datos, es decir, para verificar que la información de la ficha haya sido correctamente transferida a la base de datos.
- Una vez que se ha garantizado la calidad de la información contenida en las bases de datos, se procedió a elaborar los reportes de resultados.
- Luego éstos fueron exportados al programa de software EXCEL 2010, en el que se ha procedido a la elaboración y edición de las tablas y gráficos, para una mejor presentación.
- Para la edición del informe final de la tesis se ha utilizado el programa de software MS WORD 2010, asimismo, se aplicó el software SPSS v. 22 para la tabulación de los cuadros estadísticos de la investigación.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados

4.1.1. Descripción

En las tablas y figuras que a continuación presentamos podemos observar los resultados que responden a los objetivos planteados en esta investigación, fueron extraídas a través del cuestionario para medir el nivel de calidad de los servicios turísticos de hospedaje y su influencia socioeconómica en la comunidad campesina de Paru Paru Distrito de Pisac, provincia de Calca departamento del Cusco, año 2015; para luego ser vaciados en una matriz de datos, la cual sirvió para realizar las pruebas estadísticas y las pruebas de hipótesis; las mismas que se aplicó a ambas variables y sus dimensiones.

4.1.2. Presentación de resultados

4.1.2.1. Variable: Calidad de los servicios de hospedaje

A. DIMENSIÓN TANGIBILIDAD

Tabla N° 2: Comodidad de las habitaciones

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	35	45.5%
Calidad óptima	28	36.4%
Exceso de calidad	14	18.2%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 2 en el indicador comodidad de las habitaciones, el 45.5% manifiesta un déficit de calidad, mientras que el 18.2% representa un exceso de calidad. Esto se debe a que los turistas esperan un buen nivel de calidad en la infraestructura de las habitaciones, lo que no sucede, pues en la comodidad las habitaciones solo han sido adecuadas a este servicios, y no han sido exclusivamente construidas pensando en las características que debe tener una habitación de hospedaje.

Tabla N° 3: Mobiliario pintoresco

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	42	54.5%
Calidad óptima	21	27.3%
Exceso de calidad	14	18.2%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 3 en este indicador, el 54.5% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 18.2 % representa un exceso de calidad. Esto se puede explicar debido a que el mobiliario que se utiliza en las habitaciones no son rústicos como esperan los turistas y en algunos casos las habitaciones no incluyen mobiliarios.

Tabla N° 4: Limpieza del mobiliario

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	50	64.9%
Calidad óptima	21	27.3%
Exceso de calidad	6	7.8%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 4 en este indicador, el 64.9% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 7.8 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que el mobiliario existente en las habitaciones no se encuentra bien limpio ya que los comuneros no tienen capacitaciones o conceptos claros de cómo realizar la limpieza de los mobiliarios.

Tabla N° 5: Habitaciones con mobiliario completo

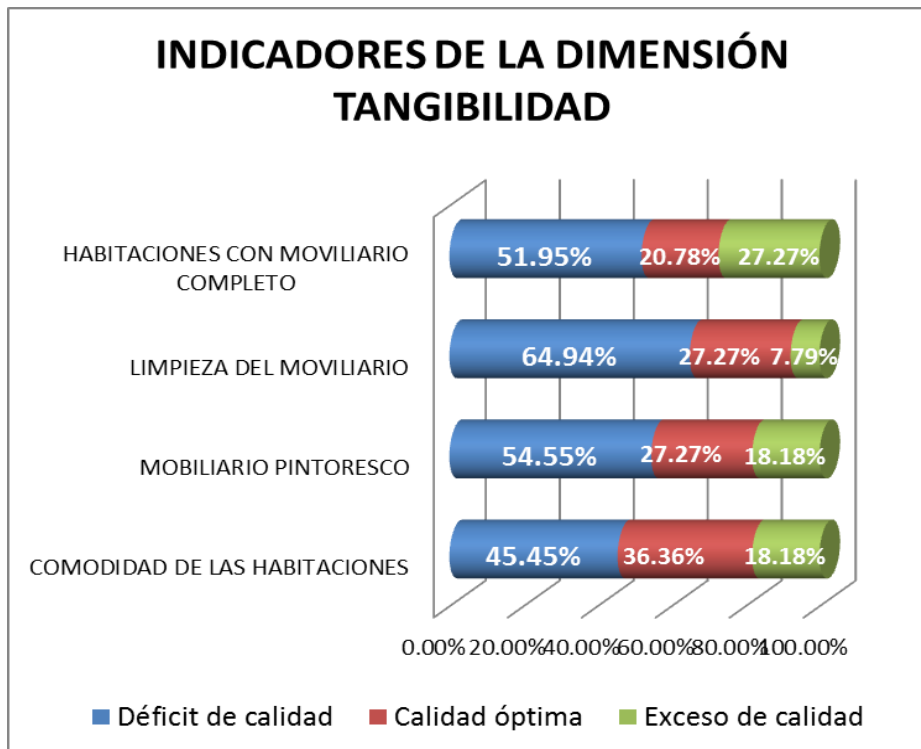
<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	40	51.9%
Calidad óptima	16	20.8%
Exceso de calidad	21	27.3%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 5 en este indicador, el 51.9% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 27.3 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que los turistas muchas veces esperan habitaciones que cuenten con mobiliario básico o al menos donde colocar su ropa en este caso solo cuentan con veladores.

Los indicadores de la dimensión tangibilidad se observan en resumen en el siguiente gráfico:

Figura N° 2: Indicadores de la Dimensión Tangibilidad



Fuente: Elaboración propia.

B. DIMENSIÓN TANGIBILIDAD**Tabla N° 6: Orden adecuado de la habitación**

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	35	45.5%
Calidad óptima	28	36.4%
Exceso de calidad	14	18.2%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretacion: Tal como se observa en la Tabla N° 6 en este indicador, el 45.5% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 18.2 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que el personal de la comunidad no se encuentra debidamente capacitado por lo que muchas veces coloca las cosas según su criterio.

Tabla N° 7: Atención de las demandas del huésped

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	35	45.5%
Calidad óptima	14	18.2%
Exceso de calidad	28	36.4%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretacion: Tal como se observa en la Tabla N° 7 en este indicador, el 45.5% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 36.4% representa un exceso de calidad. Esto es debido a que muchas veces los comuneros no cumplen con las solicitudes de los turistas muchas veces por no entender en idioma y la falta de experiencia en el servicio.

Tabla N° 8: Servicio disponible permanentemente

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	56	72.7%
Calidad óptima	14	18.2%
Exceso de calidad	7	9.1%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 8 en este indicador, el 72.7% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 9.1 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que los comuneros tienen la costumbre de descansar temprano dejando a los turistas en sus habitaciones no pudiendo asistirlos en horas de la noche por si se presentara algún percance.

Tabla N° 9: Estadía sin problemas

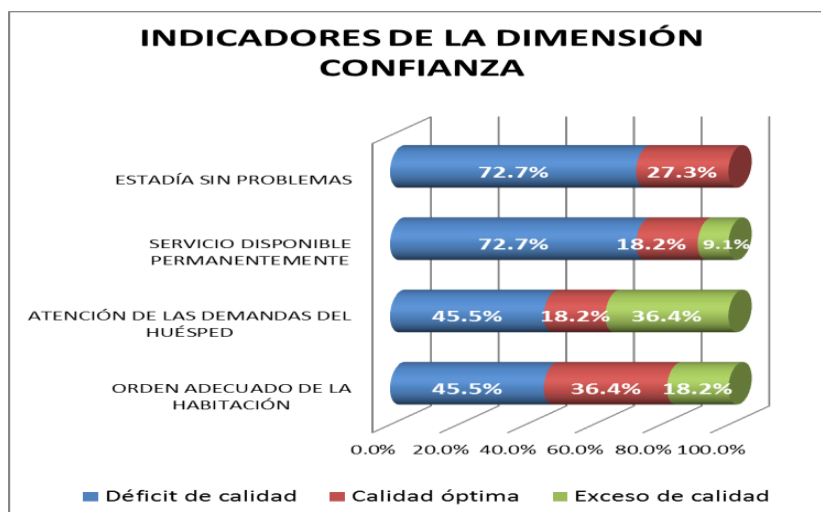
<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	56	72.7%
Calidad óptima	21	27.3%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 9 en este indicador se aprecia que, el 72.7% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 27.3 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que el personal que atiende no logra comunicarse con el turista debido a la falta de conocimiento del idioma quedando el turista insatisfecho.

Los indicadores de la dimensión confianza se observan en resumen en el siguiente gráfico:

Figura N° 03: Dimensión confianza



Fuente: Elaboración propia.

C. DIMENSIÓN RESPUESTA RÁPIDA**Tabla N° 10: Respuesta eficiente a pedidos**

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	63	81.8%
Calidad óptima	14	18.2%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En este indicador, el 81.8% manifiesta un déficit de calidad, mientras que el 18.2% representa un exceso de calidad. Esto se debe a que el turista muchas veces espera ser satisfecho en su servicio pero a falta de capacitación de atención al cliente los comuneros no logran las exigencias de los turistas o huéspedes.

Tabla N° 11: Respuesta inmediata a pedidos

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	28	36.4%
Calidad óptima	35	45.5%
Exceso de calidad	14	18.2%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En este indicador, el 36.4% manifiesta un déficit de calidad, mientras que el 18.2% representa un exceso de calidad. Esto se debe a que los turistas encontraron una respuesta rápida a los requerimientos solicitados de parte de personal que labora en el hospedaje.

Tabla N° 12: Respuesta cordial a pedidos

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	35	45.5%
Calidad óptima	28	36.4%
Exceso de calidad	14	18.2%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 12 en este indicador, el 45.5% manifiesta un déficit de calidad, mientras que el 18.2% representa un exceso de calidad. En este cuadro se puede apreciar que hay un buen trato de parte del personal que labora siempre están sonrientes, amables pre dispuestos a lo que el turista pueda solicitar.

Tabla N° 13: Se entrega lo demandado

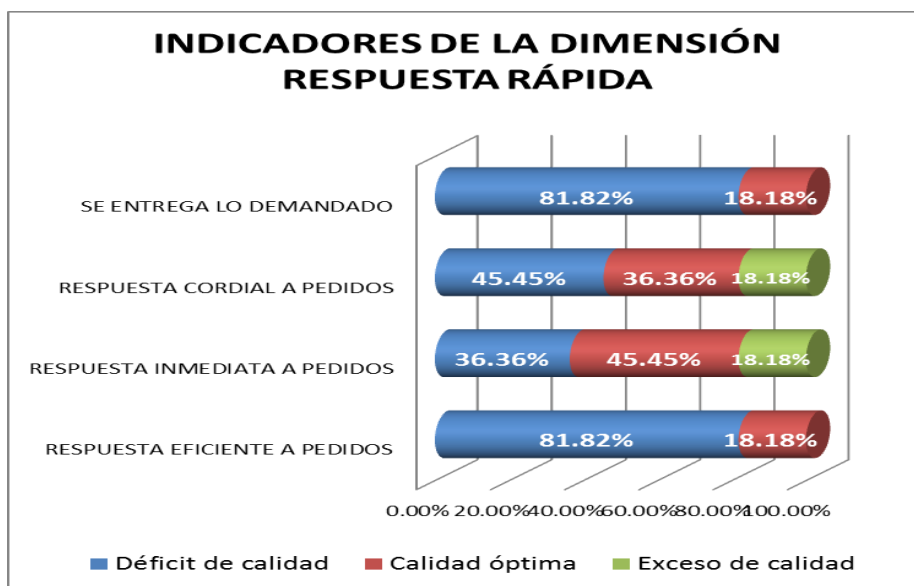
<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	63	81.8%
Calidad óptima	14	18.2%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 13 en este indicador, el 81.8% manifiesta un déficit de calidad, mientras que el 18.2% representa un exceso de calidad. Esto se puede explicar por la falta del entendimiento de idioma y las limitaciones que tienen los pobladores y la corta estadía de huéspedes.

Los indicadores de la dimensión confianza se observan en resumen en el siguiente gráfico:

Figura N° 4: Indicadores de la dimensión respuesta rápida



Fuente: elaboración propia

D. RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN SEGURIDAD**Tabla N° 14: Personal preparado para atender**

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	42	54.5%
Calidad óptima	35	45.5%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En este indicador, el 54.5% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 45.5 % representa un exceso de calidad. Estos resultados se deben a que el personal que labora tiene conocimiento empírico más no profesional.

Tabla N° 15: Información adecuada del personal

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	63	81.8%
Calidad óptima	7	9.1%
Exceso de calidad	7	9.1%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En este indicador, el 81.8% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 9.1 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que el personal que labora no se encuentra preparado para poder dar información concerniente a otros lugares o atractivos turísticos a nivel local y nacional.

Tabla N° 16: Resolución de problemas que se presentan

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	28	36.4%
Calidad óptima	35	45.5%
Exceso de calidad	14	18.2%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 16 en este indicador, el 36.4% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 18.2 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que en la medida de la posibilidad tratan de solucionar los problemas existentes de la mejor forma en beneficio del turista.

Tabla N° 17: Capacidad de solución de problemas

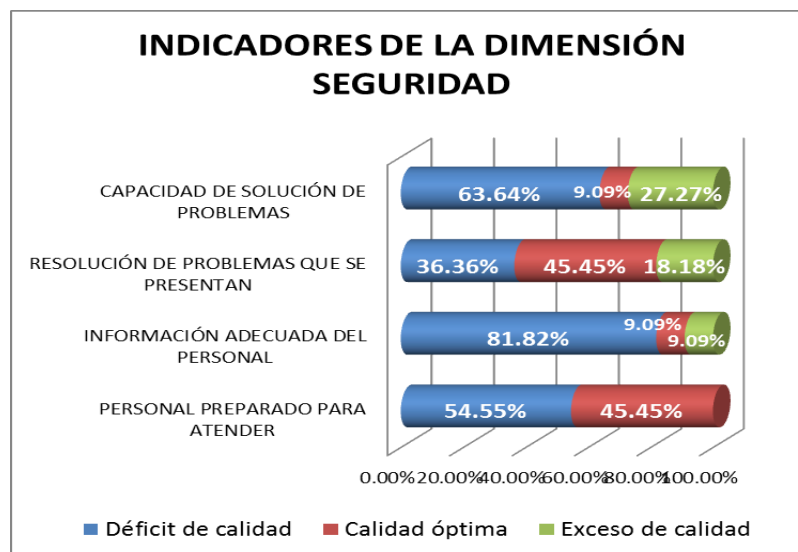
Detalle	F	%
Déficit de calidad	49	63.6%
Déficit de calidad	7	9.1%
Exceso de calidad	21	27.3%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 17 en este indicador, el 63.6% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 27.3 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que los comuneros no cuentan con la capacidad suficiente de resolver los problemas debido a las limitaciones que cuenta como por ejemplo el idioma y la distancia que existe entre la población.

Los indicadores de la dimensión confianza se observan en resumen en el siguiente gráfico:

Figura N° 5: Dimensión seguridad



Fuente: Elaboración propia

E. DIMENSIÓN EMPATÍA**Tabla N° 18: Trato cordial al huésped**

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	21	27.3%
Calidad óptima	21	27.3%
Exceso de calidad	35	45.5%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 18 en este indicador, el 27.3% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 45.5 % representa un exceso de calidad. Esto debido a que personal que labora hace el esfuerzo de ponerse en lugar del turista para poder atender de mejor manera los servicios brindados.

Tabla N° 19: Satisfacción con el clima del hospedaje

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	7	9.1%
Calidad óptima	49	63.6%
Exceso de calidad	21	27.3%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 19 en este indicador, el 9.1% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 27.3 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que el turista entiende que el servicio de hospedaje es parte del servicio de un turismo vivencial por lo que consideran que el servicio y trata va según las posibilidades de los campesinos.

Tabla N° 20: Satisfacción con la forma de solución de problemas

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	7	9.1%
Calidad óptima	35	45.5%
Exceso de calidad	35	45.5%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 20 en este indicador, el 9.1% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 45.5 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que el turista queda satisfecho ya que los comuneros hacen todo a su alcance para llegar a una solución.

Tabla N° 21: Satisfacción con la forma que cumplen con pedidos

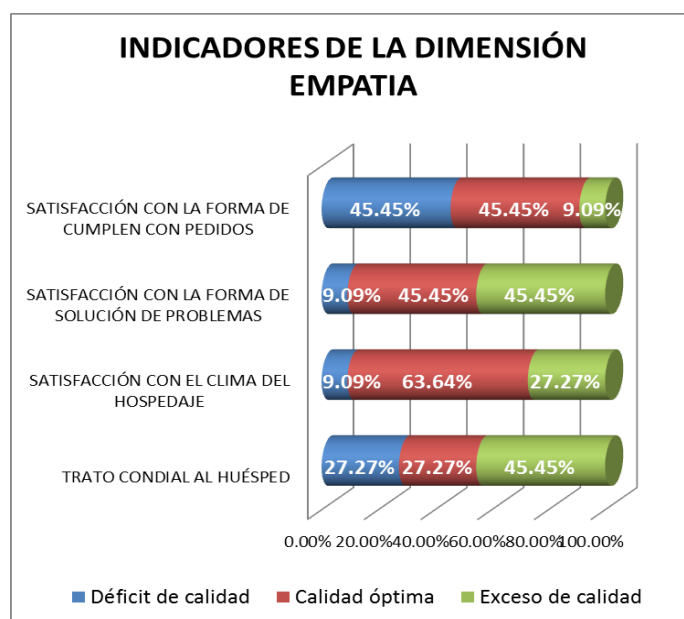
<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	35	45.5%
Calidad óptima	35	45.5%
Exceso de calidad	7	9.1%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en Tabla N° 21 en este indicador, el 45.5% manifiesta un déficit de la calidad mientras que el 9.1 % representa un exceso de calidad. Esto se debe a que el turista está satisfecho debido a las condiciones con la que cuenta el centro de hospedaje. Ya que está inmerso en el turismo vivencial.

Los indicadores de la dimensión confianza se observan en resumen en el siguiente gráfico:

Figura N° 6: Indicadores de la Dimensión empatía



Fuente: Elaboración propia

4.1.2.2. Variable: Impacto socioeconómico

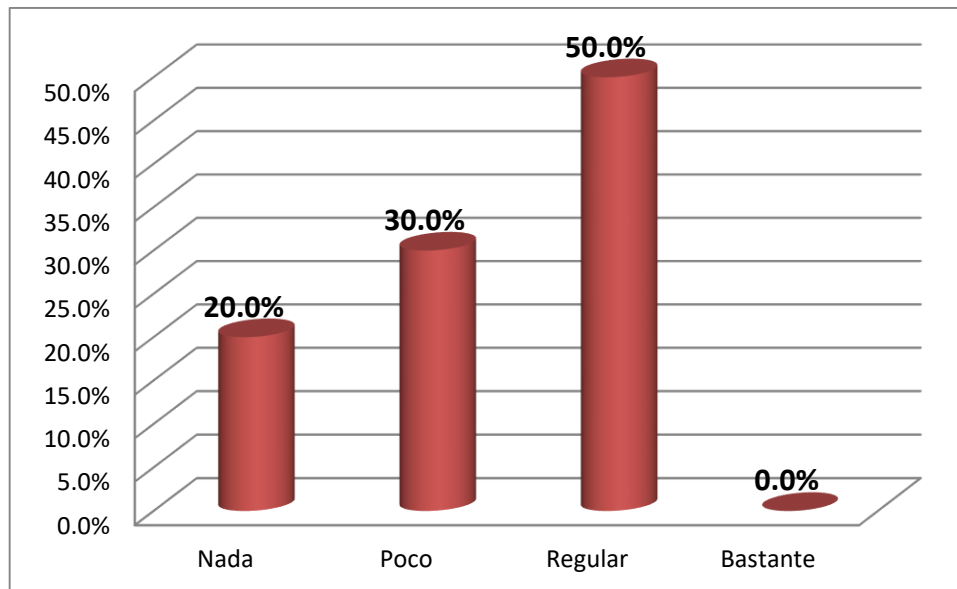
A. IMPACTO SOCIAL

Tabla N° 22: Ha mejorado su situación de educación

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Nada	2	20.0%
Poco	3	30.0%
Regular	5	50.0%
Bastante	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 7: Ha mejorado su situación de educación



Fuente: Elaboracion propia

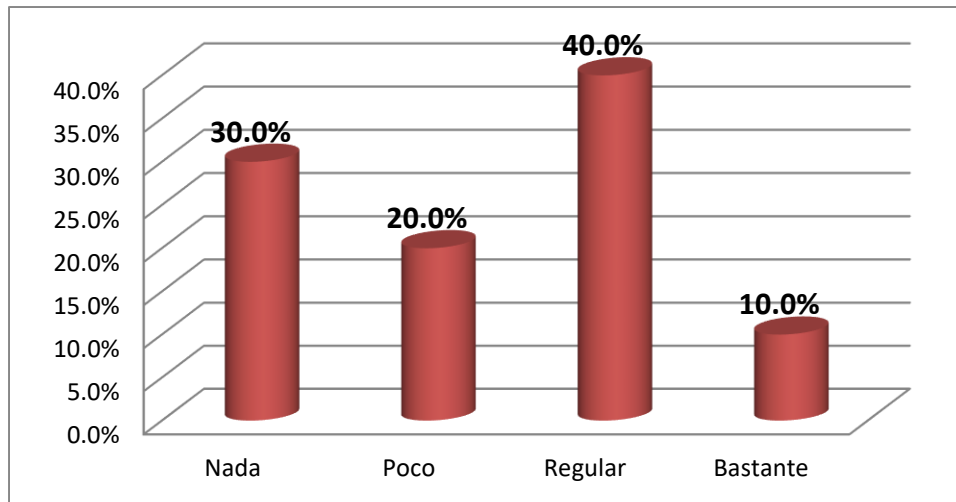
Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 22 hubo un 50% de la población que refiere que su situación en educación ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno (0%) afirma que haya mejorado bastante. Esto debido a que las personas se estan esforzando por mejorar el nivel educativo con el que cuentan.

Tabla N° 23: Ha mejorado su situación de salud

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Nada	3	30.0%
Poco	2	20.0%
Regular	4	40.0%
Bastante	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 8: Ha mejorado su situación de salud



Fuente: Elaboración propia

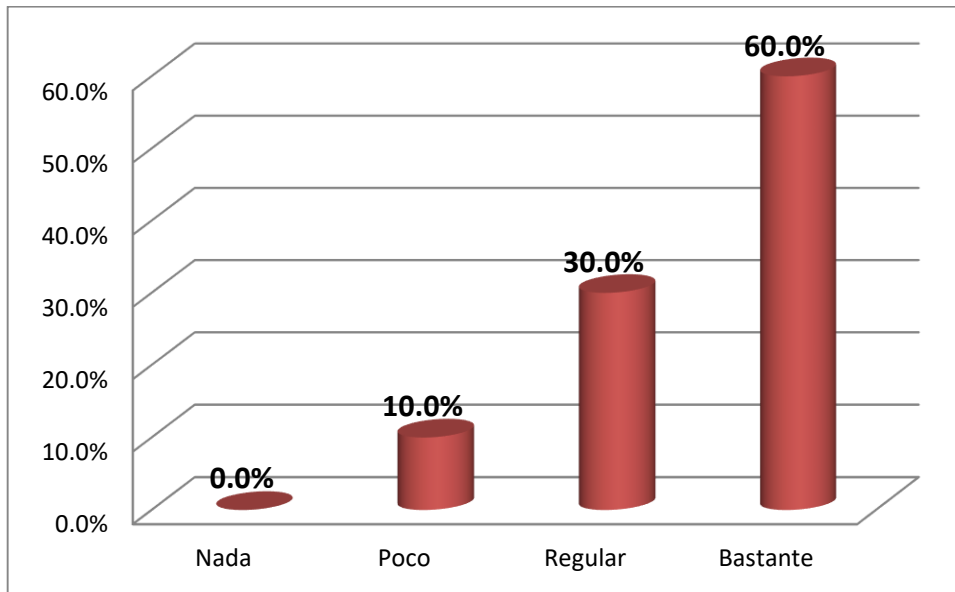
Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 23 hubo un 40% de la población que refiere que su situación en Salud ha mejorado Regularmente, mientras que el 10% afirma que haya mejorado bastante. Esto debido a que los campesinos al contar con un dinero extra por el servicio de hospedaje tiene mayor capacidad económica para visitar los centros de salud.

Tabla N° 24: Ha mejorado su situación de inclusión social

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Nada	0	0.0%
Poco	1	10.0%
Regular	3	30.0%
Bastante	6	60.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 9: Ha mejorado su situación de inclusión social



Fuente: Elaboración propia

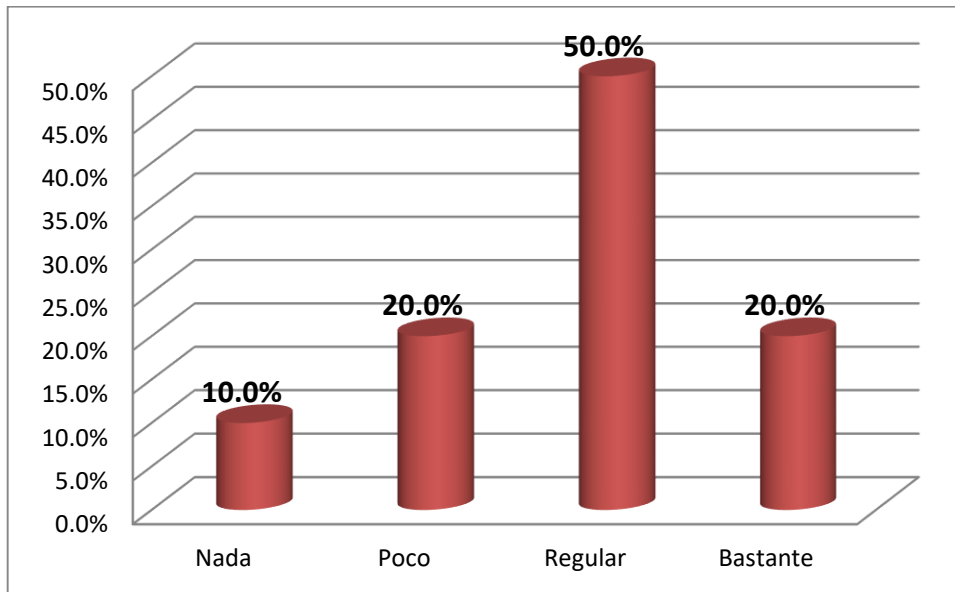
Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 24 hubo un 30% de la población que refiere que su situación en inclusión social ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno (0%) afirma que haya mejorado bastante. Esto debido a que se están esforzando por llevar una vida mas digna , donde se pueda tener los servicios basicos para un desarrollo personal y familiar adecuado.

Tabla N° 25: Ha mejorado su situación de Interrelación social

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Nada	1	10.0%
Poco	2	20.0%
Regular	5	50.0%
Bastante	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 10: Ha mejorado su situación de Interrelación social



Fuente: Elaboración propia

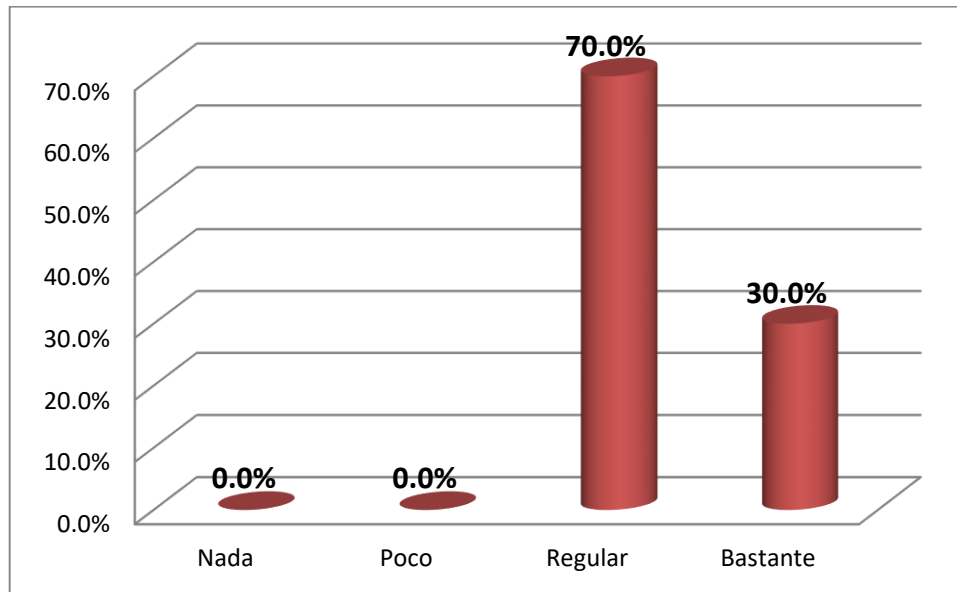
Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 25 hubo un 50% de la población que refiere que su situación en interrelacion social ha mejorado Regularmente, mientras que el 20% afirma que haya mejorado bastante. Esto debido a que lo prestadores de servicios interactúan y establecen relaciones de confianza y afecto no solo con los turistas si no también con la gente de la población ya que muchas veces deben reunirse para acordar situaciones de mejora.

Tabla N° 26: Ha mejorado su situación de Participación ciudadana

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Nada	0	0.0%
Poco	0	0.0%
Regular	7	70.0%
Bastante	3	30.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 11: Ha mejorado su situación de Participación ciudadana



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 26 hubo un 70% de la población que refiere que su situación en participación Ciudadana ha mejorado Regularmente, mientras que un 30% afirma que haya mejorado bastante. Ello por que la asociación conformada es una sociedad activa que ayuda a impulsar aspectos de la vida social , económica y cultural de la comunidad.

Tabla N° 27: Dimensión Influencia Social

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Nada	1	10.0%
Poco	2	20.0%
Regular	5	50.0%
Bastante	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 27 hubo un 50% de la población que refiere que su situación en influencia social ha mejorado Regularmente, mientras que un 20% afirma que haya mejorado bastante. Ello a que las personas se sienten influenciadas por otras para mejorar la

infraestructuras de sus habitaciones , calidad de servicios que luego le daran un beneficio economico.

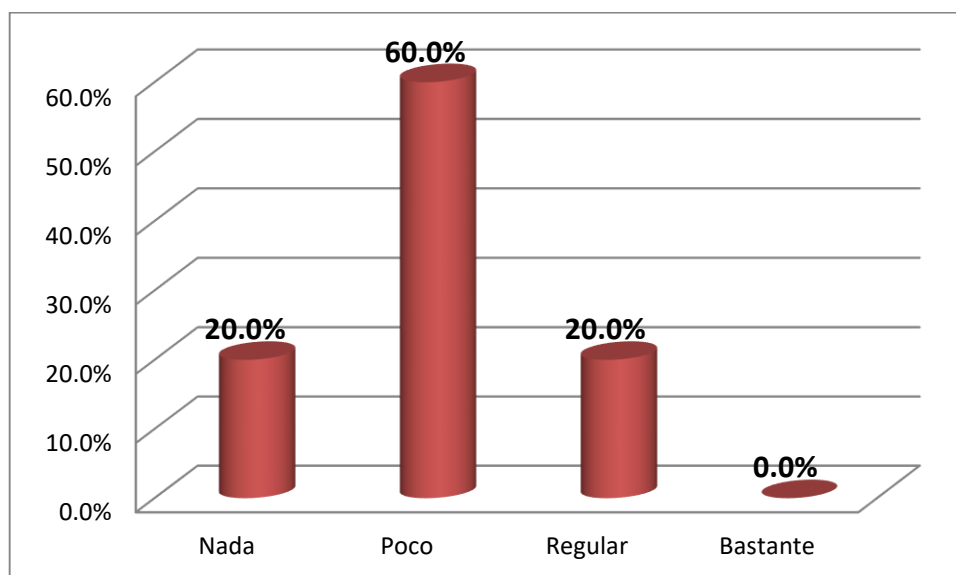
B. IMPACTO ECONÓMICO

Tabla N° 28: Ha mejorado su situación de Ingresos familiares

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Nada	2	20.0%
Poco	6	60.0%
Regular	2	20.0%
Bastante	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 12: Ha mejorado su situación de Ingresos familiares



Fuente: Elaboración propia

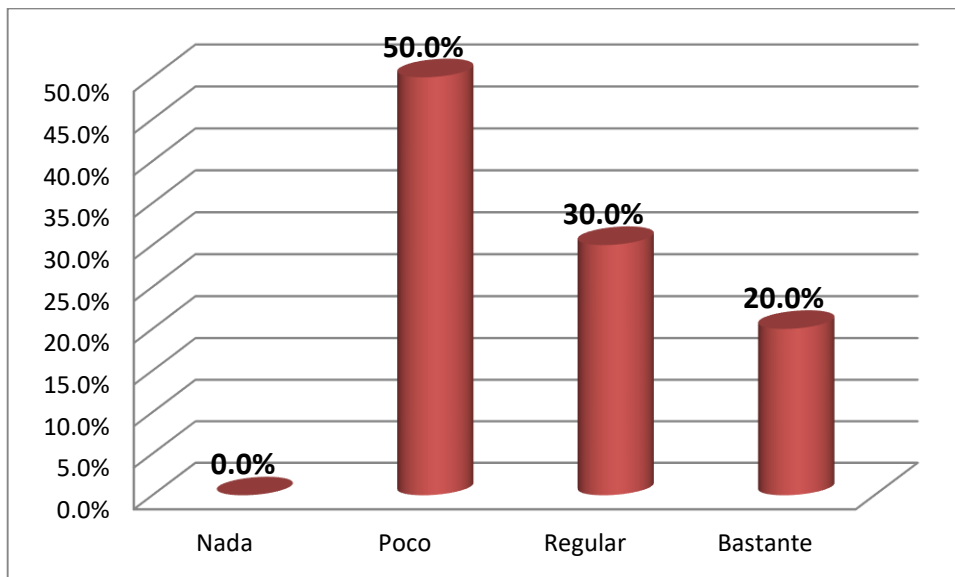
Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 28 hubo un 20% de la población que refiere que su situación en ingresos familiares ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno (0%) afirma que haya mejorado bastante.

Tabla N° 29: Ha mejorado su situación de acceso a servicios básicos

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Nada	0	0.0%
Poco	5	50.0%
Regular	3	30.0%
Bastante	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 13: Ha mejorado su situación de acceso a servicios básicos



Fuente: Elaboración propia

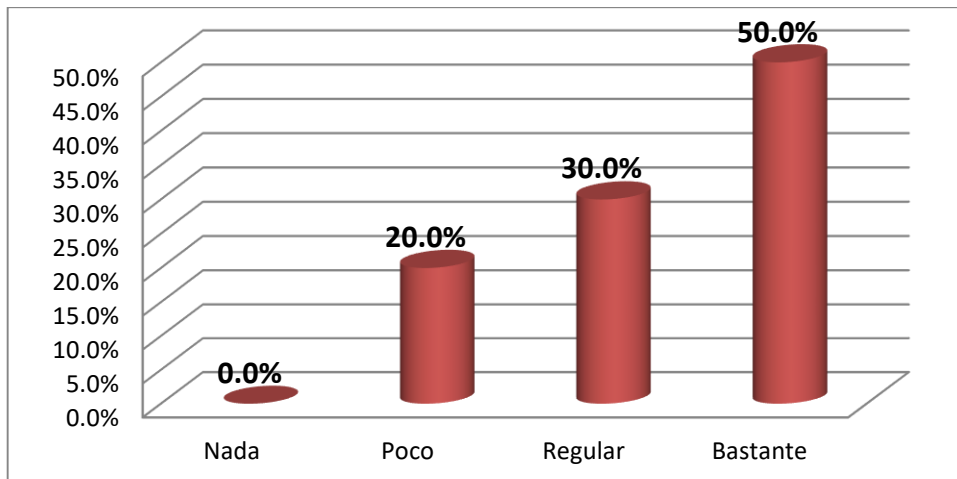
Interpretación: Tal como se observa la Tabla N° 29 hubo un 30% de la población que refiere que su situación en servicios basicos ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno 20% afirma que haya mejorado bastante.

Tabla N° 30: Ha mejorado su situación de infraestructura del hogar

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Nada	0	0.0%
Poco	2	20.0%
Regular	3	30.0%
Bastante	5	50.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboracion propia

Figura N° 14: Ha mejorado su situación de infraestructura del hogar



Fuente: Elaboración propia

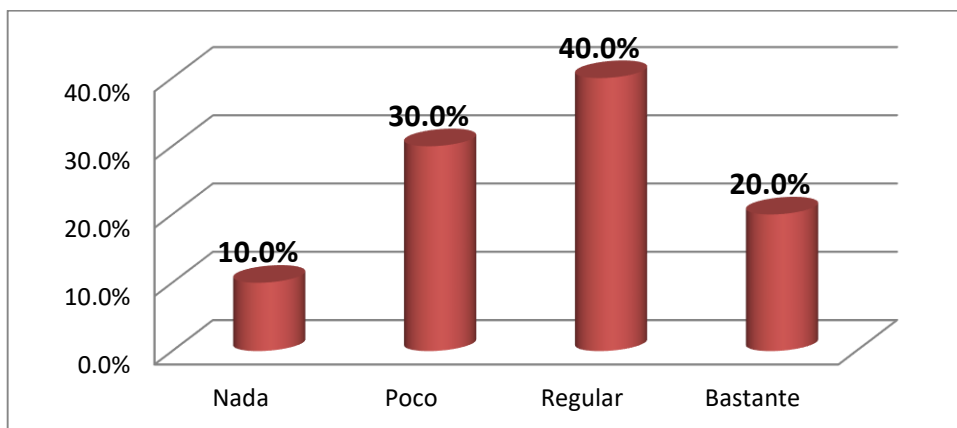
Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 30 hubo un 30% de la población quem refiere que su situación de infraestructura del hogar ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno 50% afirma que haya mejorado bastante.

Tabla N° 31: Ha mejorado su situación de Muebles y enseres

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Nada	1	10.0%
Poco	3	30.0%
Regular	4	40.0%
Bastante	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 15: Ha mejorado su situación de Muebles y enseres



Fuente: Elaboración propia

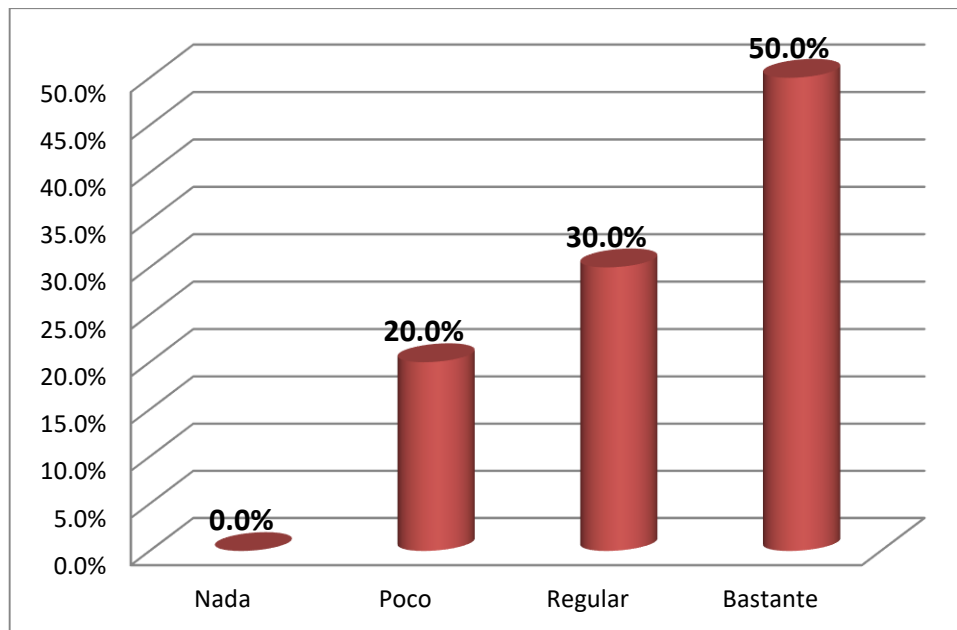
Interpretación: Tal como se observa la Tabla N° 31 hubo un 40% de la población que refiere que su situación en Muebles y enseres ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno 20% afirma que haya mejorado bastante.

Tabla N° 32: Ha mejorado su situación de Infraestructura del hospedaje

<i>Detalle</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
Nada	0	0.0%
Poco	2	20.0%
Regular	3	30.0%
Bastante	5	50.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 16: Ha mejorado su situación de Infraestructura del hospedaje



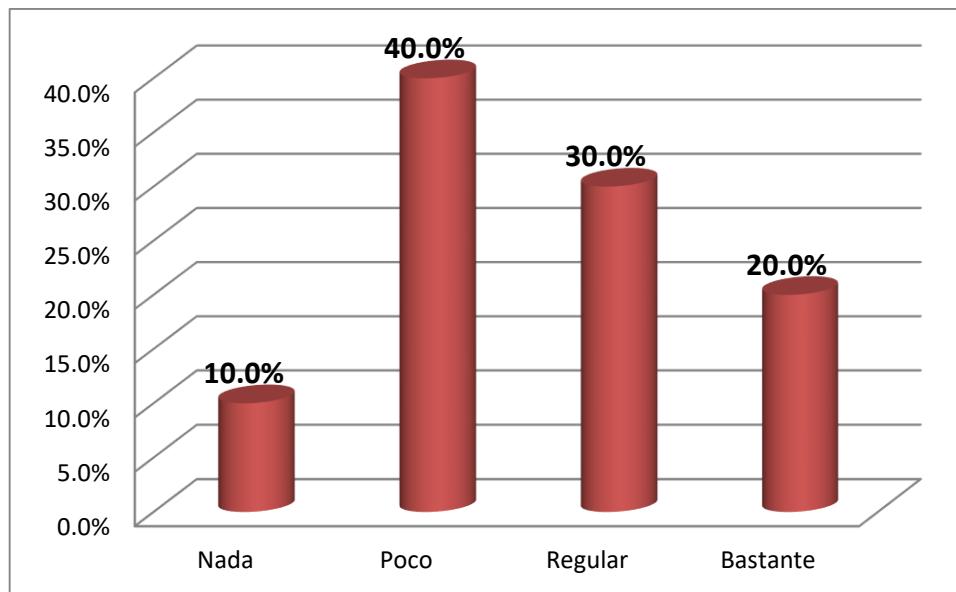
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 32 hubo un 30% de la población que refiere que su situación de infraestructura de hospedaje ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno 50% afirma que haya mejorado bastante.

Tabla N° 33: Influencia Económica

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Nada	1	10.0%
Poco	4	40.0%
Regular	3	30.0%
Bastante	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 17: Influencia Económica

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en la Tabla N° 33 hubo un 30% de la población que refiere que su situación en influencia económica ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno 20% afirma que haya mejorado bastante.

4.2. Análisis y comentarios de resultados

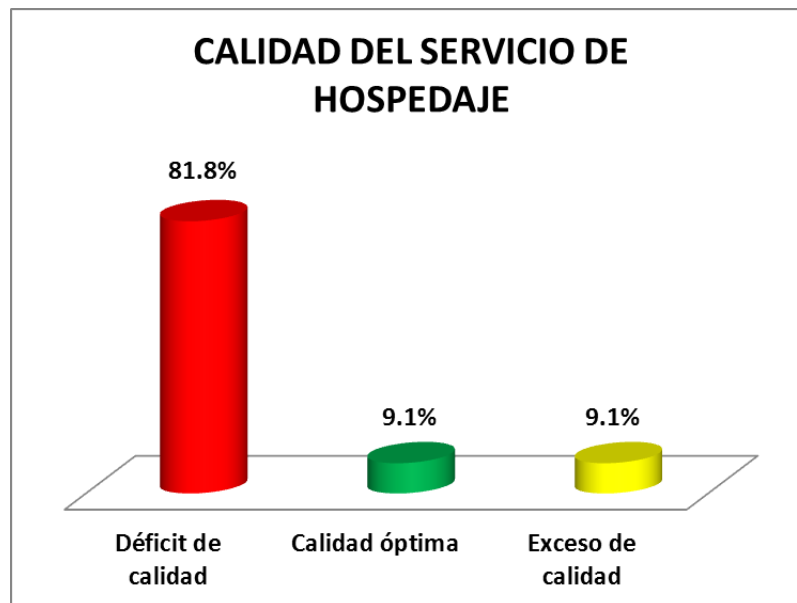
4.2.1. Calidad de los servicios de hospedaje

En general, los resultados de la calidad de los servicios turísticos, lo mostramos a continuación:

Tabla N° 34: Calidad del servicio de hospedaje

<i>Detalle</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Déficit de calidad	63	81.8%
Calidad óptima	7	9.1%
Exceso de calidad	7	9.1%
Total	77	100.0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 18: Calidad del servicio de hospedaje

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Tal como se observa en el presente gráfico hay un 81.8% de déficit de calidad, en tanto que el 9.1% afirma que hay o existe una calidad óptima en los servicios de hospedaje. Sólo un 9.1% afirma que existe un Exceso de calidad.



CAPITULO V

DISCUSIÓN Y PROPUESTA

5.1. Discusión de resultados

Se analizaron los resultados obtenidos en cada una de las dimensiones de las variables, en ese sentido, después de haber revisado las referencias bibliográficas, observado y procesado los resultados referentes a la hipótesis específica 1, y en vista que en esta hipótesis no se ha pretendido hallar la correlación entre variables y/o dimensiones, se conoció las expectativas y percepción de la calidad del servicio de hospedaje manifestado por los visitantes en la comunidad de Paru Paru, del Distrito de Pisac; en el que *un 81.8% de los encuestados refiere que existe déficit de calidad, en tanto que el 9.1% afirma que hay o existe una calidad óptima en los servicios de hospedaje. Sólo un 9.1% afirma que existe un Exceso de calidad.* (Tabla 34).

Después de haber revisado las referencias bibliográficas, observado y procesado los resultados referentes a la hipótesis específica 2, y en vista que en esta hipótesis no se ha pretendido hallar la correlación entre variables y/o dimensiones, se determinó los beneficios socioeconómico generado por la prestación de servicios turísticos de hospedaje en la comunidad de Paru Paru del Distrito de Pisac; en el que respecto a la influencia social se tiene que *un 50% de la población que refiere que su situación en influencia social ha mejorado Regularmente, mientras que un 20% afirma que haya mejorado bastante* (tabla 27). Mientras que, respecto a la influencia económica se tiene que *un 40% de los encuestados refieren que poco benefico les genera la calidad de los servicios turisticos, mientras que 30% de la población que refiere que su situación en influencia económica ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno 20% afirma que haya mejorado bastante.* (Tabla 33).

Después de haber revisado las referencias bibliográficas, observado y procesado los resultados referentes a la hipótesis general, y en vista que en esta hipótesis se ha pretendido hallar la correlación entre variables y/o dimensiones, se determinó que *El nivel de calidad de los servicios turísticos de hospedajes en la comunidad campesina de Paru Paru del distrito de Pisac, Provincia de Calca Departamento del Cusco es Alto y bueno; así como existe una influencia socioeconómica moderada que beneficia a la población de estudio*; en consecuencia, si existe MODERADA correlación positiva ($Tau-b = 0.58.3 = 58.3\%$) entre la calidad de los servicios turísticos de hospedaje e influencia socioeconómica en la Comunidad Campesina Paru Paru, distrito de Pisac, provincia de Calca, departamento de Cusco.

5.2. Propuesta de mejora de la investigación

5.2.1. Propuesta para la elaboración de herramientas de desarrollo estratégico

DISEÑO METODOLOGICO DE LA CAPACITACION

Meta: ELABORACIÓN DE HERRAMIENTAS DE DESARROLLO ESTRATÉGICO		
Grupo Meta	Procedencia	Número Miembros
Asociación de Turismo Vivencial Kinsaccocha	Comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac) - Calca	15
Objetivo Vivencial	Objetivo Racional	Objetivo Decisional
Compartir sus aspiraciones y experiencias	Fortalecer las capacidades en dirección y gestión comunal del turismo vivencial, que contribuyan en el desarrollo de Planes Estratégicos y Desarrollo Comunal, dirigido a 15 miembros de la asociación (hombres, mujeres y jóvenes),	Realizar actividades que promuevan el desarrollo socio-económico de sus socios.
Estilo	Entorno	Novedad
Participativo, dinámico, trato horizontal	Buena iluminación, limpio, ventilado, amplio	Dinámicas, Juego de roles y construcción participativa de las herramientas

PLANIFICACIÓN DE TRABAJO DE CAMPO

Actividad	Detalle	Finalidad	Material	Responsable
I Taller General	Taller con miembros de la Junta Directiva de la Asociación.	*Capacitar a los miembros de la Junta Directiva de la organización.	* Proyector Multimedia *Copias para participantes	*Consultor *Asistente
II Taller General	Talleres de Diagnóstico Situacional de la Asociación.	*Realizar el diagnostico de las asociación. *Establecer el Visión y Misión * Determinar los valores		
III Taller General	Taller con líderes de la Asociación	*Determinar los Ejes Estratégicos		
IV Taller General	Talleres de Planificación Estratégica de la Asociación.	*Determinar los objetivos estratégicos *Establecer el Plan de Acción		
V Taller General	Socialización de los instrumentos	*Presentación de los resultados		

5.2.2. Propuesta para la estimación de los costos de producción

DISEÑO METODOLOGICO DE LA CAPACITACION

Tema: COSTOS DE OPERACIÓN

Justificación: diseño realizado para la capacitación de los trabajadores de la comunidad de Paru Paru.

Grupo Meta	Procedencia	Núm Participantes
Asociación de Turismo Vivencial Kinsaccocha	Comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac) - Calca	15
Objetivo Vivencial	Objetivo Racional	Objetivo Decisional
Compartir sus experiencias y conocer los métodos de cálculo de los costos de producción	Contribuir a la estimación de costos de operación de los servicios de hospedaje de los miembros de la comunidad.	Promover un trato afectivo y con buena educación hacia el cliente
Estilo	Entorno	Novedad
Participativo, dinámico, trato horizontal	Buena iluminación, limpio, ventilado, amplio	Juego de roles y desarrollo de una autocrítica constructiva

DESARROLLO DE TALLER

Actividad	Detalle	Finalidad	Material	Responsable
I Taller General	*Saludo y Bienvenida *Presentación del Evento *Presentación Participantes	* Presentación: las participantes se presentan dando su nombre, tipo de infraestructura de hospedaje con que cuentan.	*Fichas para llenar los datos de las participantes *Plumones	
II Taller General	Generalidades de los costos	*Charla didáctica con preguntas del capacitador *Preguntas de las Participantes: Conceptos de costos Componentes de costos	*Proyector Multimedia *Copias para participantes	
III Taller General	Identificación de costos de operación de un hospedaje	Definiciones de costos de operación. Los tipos de costos Los costos en operación de hospedajes	* Proyector Multimedia *Copias para participantes	
IV Taller General	Determinación de los costos de operación del hospedaje	- Costos directos - Costosa indirectos - Manos de obra	*Copias de los roles	
V Taller General	Dinámicas	Prácticas general y grupales de cálculo de los costos de operación	*Fichas con los roles que representa cada una	

5.2.3. Propuesta de mejoramiento de las estrategias de comercialización

DISEÑO METODOLOGICO DE LA CAPACITACION

Tema: ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Justificación: diseño realizado para la capacitación de estrategias de comercialización

Grupo Meta	Procedencia	Núm Participantes
Asociación de Turismo Vivencial Kinsaccocha	Comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac) - Calca	15



Objetivo Vivencial	Objetivo Racional	Objetivo Decisional
Compartir sus experiencias y reconocer los errores cometidos a momento de ofertar sus productos	Contribuir al desarrollo de las habilidades y destrezas de las comercializadoras de artesanías	Promover un trato afectivo y con buena educación hacia el cliente
Estilo	Entorno	Novedad
Participativo, dinámico, trato horizontal	Buena iluminación, limpio, ventilado, amplio	Juego de roles y desarrollo de una autocrítica constructiva

DESARROLLO DEL EVENTO

Fecha/Hrs	Tema / Actividad	Metodología	Material	Responsable
I Taller General	*Generalidades de la Comercialización	La comercialización.	*Fichas para llenar los datos de las participantes *Plumones	*Funcionario CARITAS *Asistente *Capacitador
II Taller General	Generalidades del mercado	- Los mercados. - La demanda - La oferta - Agentes del Mercado - Destino de la producción.	* Proyector Multimedia *Copias para participantes	*Capacitador *Asistente
III Taller General	El proceso de la comercialización	Tipos de comercialización. Canales de comercialización	* Proyector Multimedia *Copias para participantes	*Capacitador
IV Taller General	El cierre de la venta	La venta Tipos de venta Formas de pago Estrategias de ventas	*Copias de los roles	*Capacitador *Asistente
V Taller General	Dinámicas grupales	Estrategias de comercialización	*Fichas con los roles	*Asistente



CONCLUSIONES

Primero: Se conoció las expectativas y percepción de la calidad del servicio de hospedaje en el TRC manifestado por los visitantes en la comunidad de Paru Paru, del Distrito de Pisac; en el que un 81.8% de los encuestados refiere que existe déficit de calidad, en tanto que el 9.1% afirma que hay o existe una calidad óptima en los servicios de hospedaje. Sólo un 9.1% afirma que existe un Exceso de calidad. (Tabla 34).

Segundo: Se determinó los beneficios socioeconómico generado por la prestación de servicios turísticos de hospedaje en el TRC en la comunidad de Paru Paru del Distrito de Pisac; en el que respecto a la influencia social se tiene que un 50% de la población que refiere que su situación en influencia social ha mejorado Regularmente, mientras que un 20% afirma que haya mejorado bastante (tabla 27). Mientras que, respecto a la influencia económica se tiene que un 40% de los encuestados refieren que poco benefico les genera la calidad de los servicios turisticos, mientras que 30% de la población que refiere que su situación en influencia económica ha mejorado Regularmente, mientras que ninguno 20% afirma que haya mejorado bastante. (Tabla 33).

Tercero: Se determinó que El nivel de calidad de los servicios turísticos de hospedajes en la comunidad campesina de Paru Paru del distrito de Pisac, Provincia de Calca Departamento del Cusco es Alto y bueno; así como existe una influencia socioeconómica moderada que beneficia a la población de estudio; en consecuencia, si existe MODERADA correlación positiva ($\text{Tau-b} = 0.58.3 = 58.3\%$) entre la calidad de los servicios turísticos de hospedaje del TRC e influencia socioeconómica en la Comunidad Campesina Paru Paru, distrito de Pisac, provincia de Calca, departamento de Cusco.



RECOMENDACIONES

Primero: Para mejorar los indicadores de calidad se requiere acciones concretas respecto de cada dimensión, así, la Dimensión Tangibilidad se debe mejorar a través de pequeñas inversiones en la infraestructura de las viviendas. La dimensión Confianza se debe mejorar elevando la calidad de atención al visitante. La dimensión Respuesta Rápida puede mejorarse a través de la dinamización de los procesos de servicios. La dimensión Seguridad se debe mejorar a través de la capacitación en buenas prácticas. En la dimensión Empatía solo es necesario mejorar las relaciones con los turistas, siendo más naturales en el trato con ellos.

Segundo: Para mejorar la situación socioeconómica se requiere que la población se integre y comprometa más con esta clase de servicios para mejorar su calidad de vida mediante la educación, preservando los valores de los antepasados. Para mejorar la situación económica mejorando el servicio prestado en el hospedaje y diversificando los productos adicionales que se ofrecen como venta de artesanías, tejidos, medicina tradicional, entre otras actividades.

Tercero: Para elevar la calidad de los servicios de hospedaje del TRC que prestan se requiere que todos los miembros de la Asociación de Turismo Vivencial Kinsaccocha, de la Comunidad de Paru Paru, participen de un proceso de capacitación en temas de gestión empresarial referidas en especial a planeación estratégica, determinación de costos de operación de servicios y estrategias de comercialización.

BIBLIOGRAFÍA

- American Society for Quality Control (1978). American National Standard: Quality System Terminology. Milwaukee, Wisconsin.
- Ashley, C.;Roe,D. & Goodwin, H. (2001). PRO-POOR Tourism Strategy: Making Tourism Work for the Poor. Overseas Development Institute. Londres, Reino Unido: Nottingham.
- Badatur. (2009). Base de Datos del Turismo: Participación del Sector Turismo en el PBI. Recuperado el 4 de diciembre de 2009:
<http://www.badaturperu.com.pe/a2estad/ecogral.php?clasif=datecoperu&dpto=peru>
- Barrera, R. y Reyes, M. (2003). Análisis comparativo de las escalas de Medición de la calidad del servicio. Las XIII Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela
- BCRP. (2009). Síntesis Económica del Cusco. Enero 2009. Recuperado el 9 de marzo de 2010 de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Cusco/2009/Sintesis-Cusco-01-2009.pdf>
- Berónica, L. (2004). Umapata alternativa turística para el desarrollo socio-económico. Universidad Andina del Cusco.
- Berrospi, J.O. (2013). El Turismo Rural Comunitario y los beneficios económicos de las familias de la Comunidad Misminay, ubicada en el distrito de Maras en la provincia de Urubamba. 2011 - 2012. Universidad Andina del Cusco. Cusco.
- Cárdenas, Fabio. (1995). Comercialización del Turismo: Determinación y análisis del mercado. México: D.F. Trillas
- Combariza, J. A. (2012). El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa (Cundinamarca). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá
- Cruz, S. S. (2006). Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú. Caso: Distrito de Callahuanca, Provincia de Huarochiri, Departamento de Lima. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.
- Cusihuaman, Z. (2011). Turismo vivencial y mejora de la calidad de vida de la Comunidad de Huaypo, Distrito de Chinchero – Cusco. Universidad Andina del Cusco. Cusco.
- De la Torre, Oscar. (1981). El Turismo: Fenómeno Social. México
- Duque E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. En: INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- Duque E. J., Chamarro C. R. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. Boyacá.



- Fuller, N. (2009). Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo. Lima: Fondo Editorial de la PUCP.
- Fuller, N. (2010). Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición social, economía familiar y relaciones de género. En Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 8, n.º 2, pp. 293-304.
- Fuller, N. (2011). “Reflexiones sobre el turismo rural como vía de desarrollo: el caso de la comunidad de Antioquía, Perú”. En Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 20, n.º 4. Buenos Aires.
- Gadotti, S.J., França, A. (2009) “La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras”. En: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 18, núm. 2, pp. 175-186 ISSN 1019-6838. Madrid.
- García, G. y Sancho, A. (1999). Un estudio de los impactos que genera el turismo sobre la población local. Valencia, España.
- Gascón, J. (2005). Gringos como en sueños: diferenciación y conflicto campesino en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo. Lima: IEP.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. En: European Journal of Marketing. Pp. 18, 36-44.
- Holden, A. (2013). Tourism, Poverty and Development. Londres: Routledge.
- Kirkby, C.A. (2002) Análisis Inicial del Impacto Económico del Turismo en Puerto Maldonado y Periferia, Madre de Dios, Perú. WWF-OPP, Lima.
- Kotler y Armstrong (1998). Fundamentos de Mercadotecnia. Cuarta Edición. México: McGraw-Hill
- Leal de Rodríguez, M. (2008). Propuesta de Turismo Rural para la Región Andina. Bogotá, Colombia: IICA.
- Lindberg, K. y Hawkins D. (1993). Ecoturismo: Una guía para los planificadores y gestores. Sociedad Internacional de Ecoturismo. Vermont.
- Markovic y Raspor. (2010). Measuring Perceived Service Quality Using Servqual: A Case Study of the Croatian Hotel Industry. Recuperado de http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/5_195-209.pdf
- MINCETUR, (2005). Plan Nacional de Calidad Turística del Perú. Lima.
- Mincetur. (2008). Plan Nacional de Calidad Turística del Perú. Recuperado el 10 de octubre de 2090 de: <http://www.mincetur.gob.pe>
- Mincetur. (2009). Turismo Rural Comunitario. Recuperado el 19 de octubre de 2009 de: http://www.turismoruralperu.gob.pe/index.php?fp_verpub=true&idpub=64&fp_mnu_id=63
- Mincetur. (2010). Sistema de Información de Estadísticas de Turismo. Recuperado el 10 de marzo de 2010 de: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459>



- Miyashita, A. (2007). “La zona de paso: el turismo como oportunidad de desarrollo en el área entre Cuzco y Puno”. En Ypeij, Annelou y Annelies Zoomers, eds., La ruta andina: turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia. Lima: IEP, Centro Bartolomé de las Casas, Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario, Abya Yala.
- Morel, J. y García, A. (2014). Retos del turismo para la inclusión social: lecciones a partir del caso de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas (Perú). Lima: IEP.
- Morillo Moreno, M. C. (2007). Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL: Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida. Programa de Doctorado “Formación, Empleo y Desarrollo Regional”. Universidad de La Laguna (ULL), Mérida, Venezuela.
- Morillo, M. C. (2007). Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida. Universidad de La Laguna. San Cristóbal de La Laguna.
- O.M.T. (1993). Tourism: The Year 2000 and Beyond Qualitative Aspects. Nueva York: Unipub.
- Organización Mundial del Turismo. (1998). Introducción al Turismo, 1º Ed. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. Santiago de Chile.
- Palacios, D. (2014). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. En: Journal of Marketing. Fall1985, Vol. 49 Issue 4, p41-50.
- PROMPERÚ. (2014). Perfil del Turista Extranjero 2013. Lima.
- Real Academia de la Lengua Española (2001): Diccionario de la lengua española. 22ª edición. Madrid: Espasa
- Rosas, L.K. (2013). Nivel de calidad de servicio y la satisfacción que se brinda al turista en Taypikala Hotel. Cusco. 2013. Universidad Andina del Cusco. Cusco.
- Schüter, R. G. y Winter, G. (2003). Turismo, una perspectiva empresarial. 2da Ed.: Centro de investigaciones y estudios turísticos.
- Sepúlveda, H., Basurto, R. y Vizcarra, Y. (2010). Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la Región Cusco. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Sernatur. (2009). Turismo Interno: Comportamiento de los Turistas Según Lugar del País del Cual Proviene. Recuperado el 10 de febrero de 2010 de: <http://www.sernatur.cl/institucional/archivos/documentos-estudios/turismo-interno/Conglomerados-Emisores.pdf>



- Soler, A., Casas, A. C. y Llorca, C. M. (2013). “El sector turístico de Cuzco: una perspectiva de turismo comunitario”. En: Camacho Ballesta, J. A. y Jiménez Olivencia, Y. (eds.). *Desarrollo Regional Sostenible en tiempos de crisis*. Vol. 2, cap. 16, pág. 289-300. Ed. Universidad de Granada, Granada.
- Taguchi. G. (1986): *Introduction to quality engineering*. Productivity Organisation American Supplier Institute, Inc. Michigan.
- Telfer, D. J. (2009). “Development Studies and Tourism”. En: Jamal, Tazim y Mike Robinson, *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. Londres: SAGE Publications.
- Ypeij, A. y Zorn, E. (2007). “Taquile: A peruvian tourist island struggling for control”. En *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, vol. 82, pp. 119-128.
- Zeithaml y Bitner (2002). *Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. Segunda Edición, Editorial McGraw-Hill.



ANEXOS

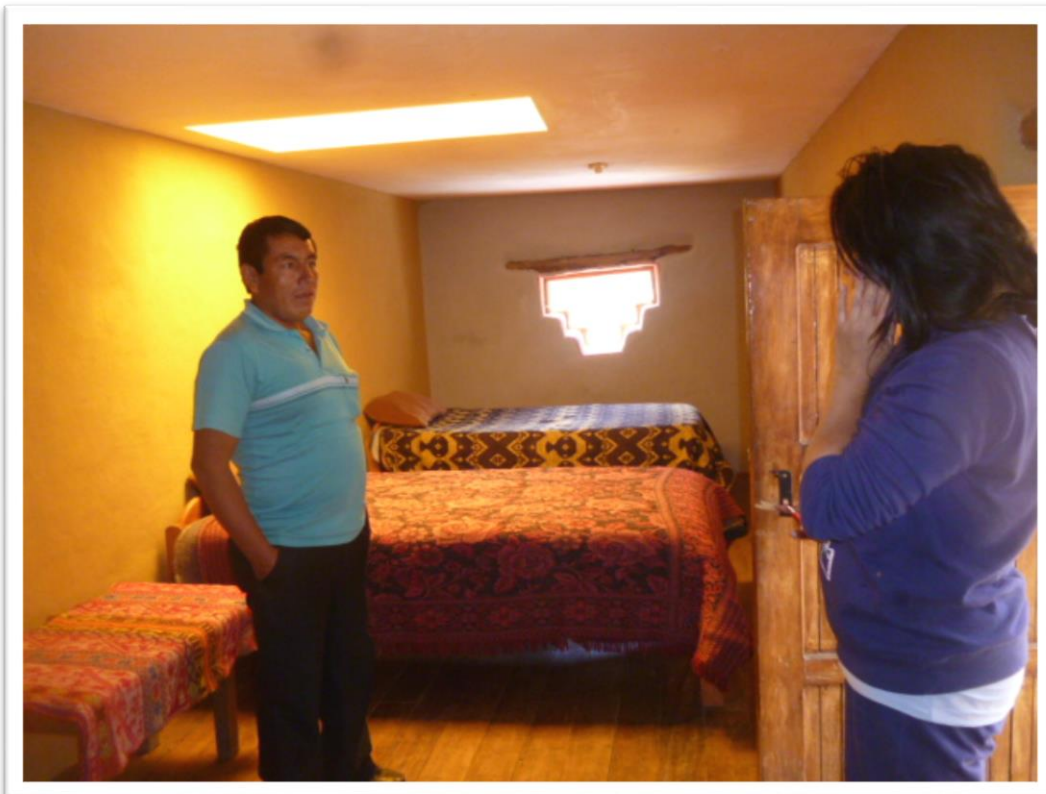


Matriz de consistencia				
TÍTULO: “CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y SU INFLUENCIA SOCIOECONÓMICA EN LA COMUNIDAD CAMPESINA PARU PARU, DISTRITO DE PISAC, PROVINCIA DE CALCA, DEPARTAMENTO DE CUSCO – 2015.”				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES/ DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuál es el nivel de la calidad de los servicios de hospedaje en el Turismo Rural Comunitario y su influencia socio-económica en la comunidad campesina de Paru Paru Distrito de Pisac, Provincia de Calca Departamento del Cusco - 2015?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Identificar el nivel de la calidad de los servicios de hospedaje en el Turismo Rural Comunitario y su influencia socio-económica en la comunidad campesina de Paru Paru Distrito de Pisac, Provincia de Calca Departamento del Cusco - 2015</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>El nivel de la calidad de los servicios de hospedaje es bajo en el Turismo Rural Comunitario, sin embargo tiene una influencia socio-económica regular en la comunidad campesina de Paru Paru, Distrito de Pisac, Provincia de Calca Departamento del Cusco – 2015.</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Calidad de Servicios turísticos</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementos tangibles - Confianza - Respuesta rápida - Seguridad - Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: • Nivel: • Diseño: • Población: • Muestra: • Técnicas: • Instrumentos:
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	<p>VARIABLE 2:</p> <p>Influencia socio económica</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Influencia social - Influencia económica 	
<p>PE1 ¿Cuáles son las expectativas y percepción de la calidad del servicio de hospedaje manifestado por los visitantes en la comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac)?</p> <p>PE2 ¿Cuáles son los beneficios socio económicos generados en la comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac) por la prestación de servicios de hospedaje?</p> <p>PE3 ¿Cuáles son las posibilidades de mejorar la calidad de los servicios de hospedaje en el Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac)?</p>	<p>OE1 Evaluar las expectativas y percepción de la calidad del servicio de hospedaje manifestado por los visitantes en la comunidad de Paru Paru, (Distrito de Pisac).</p> <p>OE2 Identificar los beneficios socio económicos generados por la prestación de servicios turísticos de hospedaje en la comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac).</p> <p>OE3 Plantear propuestas para mejorar la calidad de los servicios de hospedaje en el Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac).</p>	<p>HE1 Los visitantes en la comunidad de Paru Paru (Distrito de Pisac), manifiestan que la calidad del servicio de hospedaje brindado es baja.</p> <p>HE2 Los beneficios socio económicos generados en la comunidad de Para Paru son regulares.</p> <p>HE3 La comunidad campesina de Paru Paru posee altas posibilidades de mejorar la prestación de servicios de hospedaje brindados a los visitantes.</p>		

Fotos Turismo Vivencial Kinsacocha



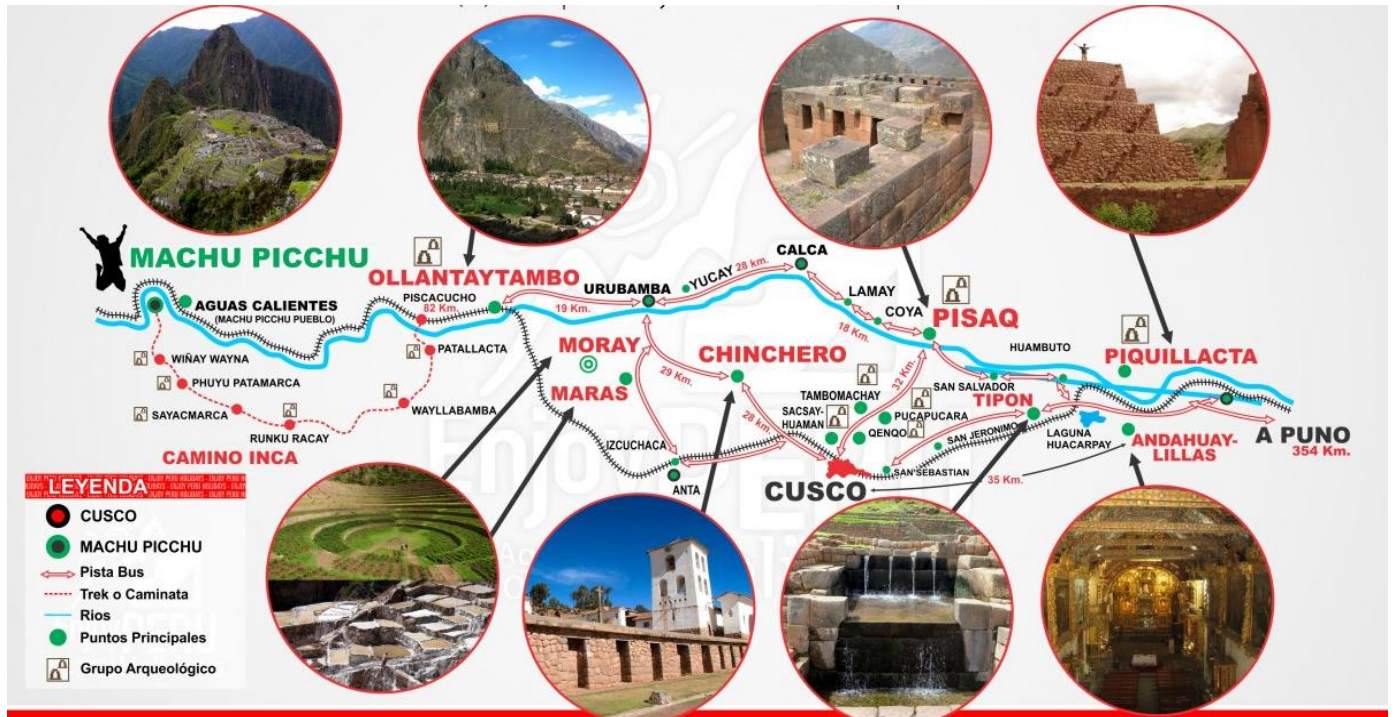
Fotos del Estudio de Campo



Mapa Turístico del Perú



Mapa Turístico del Cusco



Mapa Turístico del distrito de Pisac

