

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ECONOMÍA



T E S I S

Servicios turísticos y generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco

2023

Para optar el título profesional de:

Economista

Autores:

Bach. Tania Yaneth SAMAR BALDEÓN

Bach. Cindia Luz ADRIAN HERRERA

Asesor:

Mg. Felipe Orestes HUAPAYA ZAVALA

Cerro de Pasco – Perú – 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ECONOMÍA



T E S I S

Servicios turísticos y generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco

2023

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Esteban LAVADO VÁSQUEZ
PRESIDENTE

Mag. Walter MEJÍA OLIVAS
MIEMBRO

Dr. Marino Teófilo PAREDES HUERE
MIEMBRO



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Facultad de Ciencias Económicas y Contables
Unidad de Investigación

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 046-2024

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Originality, que a continuación se detalla:

Presentado por:

Tania Yaneth SAMAR BALDEON y Cindia Luz ADRIAN HERRERA

Escuela de Formación Profesional

Economía

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo

Servicios turísticos y generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023

Asesor:

Mag. Felipe Orestes HUAPAYA ZAVALA

Índice de Similitud: **15%**

Calificativo

APROBADO

Se adjunta al presente informe, el reporte de identificación del porcentaje de similitud general: asimismo, a través del correo institucional de la Oficina de Grados y Títulos de nuestra Facultad – FACEC. Envío en la fecha el reporte completo de Turnitin; todo ello, en atención al Memorando N° 0000105-2024-UNDAC-D/DFCCEC.

Cerro de Pasco, 19 de setiembre del 2024



Firmado digitalmente por BERNALDO FAUSTINO Carlos David FAU
20154603046.scdf
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 19.09.2024 01:27:49 -05:00

Dr. Carlos D. BERNALDO FAUSTINO
Director de la Unidad de Investigación-FACEC

DEDICATORIA

A nuestros queridos padres, quienes, con amor incondicional, paciencia infinita y sabiduría sin igual, nos han guiado en cada paso de nuestro camino. Ustedes han sido nuestros primeros maestros, nuestros modelos a seguir y nuestras fuentes de fortaleza. Gracias por sus sacrificios, por su apoyo inquebrantable y por creer en nosotros incluso cuando nosotros mismos dudábamos. Este logro es tan suyo como nuestro. Les dedicamos esta obra con eterna gratitud y amor.

A nuestros estimados docentes, quienes, con su pasión por la enseñanza, dedicación incansable y compromiso con nuestro crecimiento, han dejado una huella imborrable en nuestras vidas. Ustedes nos han inspirado a soñar, a cuestionar y a perseguir el conocimiento con entusiasmo y rigor. Gracias por sus lecciones dentro y fuera del aula, por su paciencia y por creer en nuestro potencial. Les dedicamos esta obra en reconocimiento a su invaluable contribución a nuestro desarrollo académico y personal.

AGRADECIMIENTO

A Dios, fuente de nuestra fortaleza y guía en nuestro camino, le ofrecemos nuestro más profundo agradecimiento. Por su infinita sabiduría y amor, por las bendiciones y oportunidades que nos ha brindado, y por sostenernos en los momentos de dificultad. Gracias por ser nuestra luz y esperanza, y por inspirarnos a alcanzar nuestras metas con fe y determinación.

A nuestros queridos padres, queremos expresarles nuestro más sincero y profundo agradecimiento. Ustedes han sido el pilar fundamental en nuestras vidas, brindándonos su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios silenciosos. Gracias por sus sabios consejos, por estar siempre presentes en nuestros momentos de alegría y dificultad, y por enseñarnos los valores que guían nuestras acciones.

A todos los docentes, queremos expresar nuestro más sincero y profundo agradecimiento. Ustedes han sido más que maestros; han sido guías, mentores e inspiradores en nuestro viaje educativo. Gracias por su dedicación, paciencia y pasión por la enseñanza. Cada lección impartida, cada consejo ofrecido y cada momento de apoyo han dejado una página imborrable en nuestras vidas.

RESUMEN

El objetivo del estudio fue determinar la relación que existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023, mediante el tipo de investigación descriptiva correlacional; diseño correlacional, con una población 9577 habitantes, siendo la muestra 369 pobladores, la técnica encuesta y el instrumento el cuestionario de tipo de escala de Likert, validado con el Alfa de Cronbach de 0.903 y 0.909 positivo muy alto, el instrumento es homogéneo y fiable.

Según los resultados de la hipótesis general con el estadístico del Rho de Spearman se tiene un coeficiente de correlación de 0.488 positiva moderada con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Para la hipótesis específica 1 se tiene un coeficiente de correlación de 0.463 positiva moderada con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Para la hipótesis específica 2 se tiene un coeficiente de correlación de 0.369 positiva baja con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Para la hipótesis específica 3 se tiene un coeficiente de correlación de 0.451 positiva moderada con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo impulsado en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Palabras Claves: Servicios turísticos y la generación de empleo

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the relationship that exists between tourism services and employment generation in the district of Huayllay, Pasco 2023, through the type of descriptive correlational research; correlational design, with a population 9577 inhabitants, being the sample 369 inhabitants, the survey technique and the instrument the Likert scale type questionnaire, validated with Cronbach's Alpha of 0.903 and 0.909 positive very high, the instrument is homogeneous and reliable.

According to the results of the general hypothesis with the Spearman's Rho statistic we have a correlation coefficient of 0.488 moderate positive with a p-value = $0.000 < 0.05$, where the null hypothesis is rejected and we conclude, There is a significant relationship between tourism services and employment generation in the district of Huayllay, Pasco 2023.

For the specific hypothesis 1 we have a correlation coefficient of 0.463 moderate positive with a p-value = $0.000 < 0.05$, where the null hypothesis is rejected and we conclude, There is a significant relationship between tourism services and the generation of formal employment in the district of Huayllay, Pasco 2023.

For the specific hypothesis 2 we have a correlation coefficient of 0.369 positive low with a p-value = $0.000 < 0.05$, where the null hypothesis is rejected and we conclude, There is a significant relationship between tourism services and the generation of informal employment in the district of Huayllay, Pasco 2023.

For the specific hypothesis 3 we have a correlation coefficient of 0.451 moderate positive with a p-value = $0.000 < 0.05$, where the null hypothesis is rejected and we conclude that there is a significant relationship between tourism services and employment generation in the district of Huayllay, Pasco 2023.

Key words: Tourism services and employment generation.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023, El distrito de Huayllay, ubicado en la región de Pasco, Perú, es reconocido por sus impresionantes paisajes naturales y su notable geografía, destacándose especialmente por el Bosque de Piedras de Huayllay, una maravilla geológica que atrae a visitantes de todo el mundo. En 2023, la relevancia de los servicios turísticos en esta zona ha cobrado mayor importancia debido a su potencial para impulsar la economía local y generar empleo.

El turismo se presenta como una fuente significativa de ingresos y oportunidades laborales para la población de Huayllay, fomentando el desarrollo de diversas actividades económicas relacionadas, como la hotelería, la gastronomía, las artesanías y los servicios de guía turística. Además, el auge del turismo sostenible y el interés por destinos naturales y culturales han puesto a Huayllay en el mapa de los viajeros que buscan experiencias auténticas y ecológicamente responsables.

Este estudio se enfoca en analizar cómo los servicios turísticos en el distrito de Huayllay contribuyen a la generación de empleo y al desarrollo económico local en 2023. A través de una revisión detallada de las dinámicas laborales, las oportunidades y desafíos presentes, se busca proporcionar una visión integral de la influencia del sector turístico en la comunidad de Huayllay, destacando su papel como motor de crecimiento y su capacidad para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. La estructura del estudio se centra en:

En el Capítulo I: consideramos el Problema de investigación que abarca la identificación y planteamiento del problema, delimitación de la investigación, formulación del problema, formulación de objetivos, justificación y limitaciones de la investigación.

En el Capítulo II, consideramos el Marco Teórico, donde se desarrolla los antecedentes del estudio, las bases teóricas científicas, la definición de términos, formulación de hipótesis, identificación de variables y operacionalización de variables referente a las variables de estudio.

En el Capítulo III, consideramos la Metodología y Técnicas de Investigación, el tipo, nivel, método, diseño de investigación, población y muestra, técnicas de recolección, procesamiento, tratamiento estadístico, selección y validación de instrumentos y la orientación ética.

En el Capítulo IV, consideramos los Resultados y discusión, análisis e interpretación de resultados obtenidos, descripción del trabajo de campo, presentación de resultados obtenidos y la prueba de hipótesis se efectuó con el estadístico Rho de Spearman.

Finalmente, la investigación culminó en las conclusiones y recomendaciones, las mismas que fueron obtenidas como resultado de la contrastación de la hipótesis general, según la información estadística del Rho de Spearman, se tiene un coeficiente de correlación de 0.463 positiva moderada con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema	1
1.2.	Delimitación de la investigación	3
1.3.	Formulación del problema.....	3
1.3.1.	Problema general	3
1.3.2.	Problemas específicos.....	3
1.4.	Formulación de objetivos	4
1.4.1.	Objetivo general	4
1.4.2.	Objetivos Específicos	4
1.5.	Justificación de la investigación	4
1.6.	Limitaciones de la investigación	9

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de Estudio.....	10
------	------------------------------	----

2.2.	Bases teóricas – científicas	16
2.3.	Definición de términos básicos.....	28
2.4.	Formulación de hipótesis.....	29
2.4.1.	Hipótesis general	29
2.4.2.	Hipótesis específica	29
2.5.	Identificación de variables.....	30
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores	30

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de Investigación	31
3.2.	Nivel de Investigación.....	31
3.3.	Métodos de investigación	31
3.4.	Diseño de investigación.....	32
3.5.	Población y muestra	32
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
3.7.	Selección, Validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	33
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	34
3.9.	Tratamiento estadístico.....	35
3.10.	Orientación ética filosófica y epistémica	35

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Descripción del Trabajo de Campo	36
4.2.	Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados	36
4.3.	Prueba de Hipótesis	68
4.4.	Discusión de Resultados.....	71

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	30
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad	34
Tabla 3 ¿La mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros?	37
Tabla 4 ¿La mayoría de huéspedes que recepciona el hotel son turistas nacionales? ...	38
Tabla 5 ¿El promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3 a 5 días en promedio?	39
Tabla 6 ¿Los hoteles promueve la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores?.....	40
Tabla 7 ¿Usted cree que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos?.....	41
Tabla 8 ¿El restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta?.....	42
Tabla 9 ¿El restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles?.....	43
Tabla 10 ¿El restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales?	44
Tabla 11 ¿Considera que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio?	45
Tabla 12 ¿Los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística?	46
Tabla 13 ¿Los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero?.....	47
Tabla 14 ¿Los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero?	48
Tabla 15 ¿En el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos?.....	49
Tabla 16 ¿El distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional?	50
Tabla 17 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles?.....	51

Tabla 18 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas?	52
Tabla 19 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros?....	53
Tabla 20 ¿El distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante?.....	54
Tabla 21 ¿El distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente? .	55
Tabla 22 ¿El distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona?	56
Tabla 23 ¿El distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos?.....	57
Tabla 24 ¿El servicio que Ud. Dirige ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento?	58
Tabla 25 ¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica?	59
Tabla 26 ¿En su establecimiento los trabajadores perciben un salario mínimo con comprobantes de pago como honorarios?	60
Tabla 27 ¿Su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y económicos?	61
Tabla 28 ¿Su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales?	62
Tabla 29 ¿La zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno?	63
Tabla 30 ¿La zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas?	64

Tabla 31 ¿La municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo?	65
Tabla 32 ¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores?	66
Tabla 33 ¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción?	67
Tabla 34 Correlaciones de los servicios turísticos y generación de empleo	68
Tabla 35 Correlaciones de los servicios turísticos y el empleo formal	69
Tabla 36 Correlaciones de los servicios turísticos y el empleo informal	70
Tabla 37 Correlaciones de los servicios turísticos y el empleo impulsado	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Unidad productiva turismo	20
Figura 2 ¿La mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros?	37
Figura 3 ¿La mayoría de huéspedes que recepciona el hotel son turistas nacionales?	38
Figura 4 ¿El promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3 a 5 días en promedio?	39
Figura 5 ¿Los hoteles promueve la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores?	40
Figura 6 ¿Usted cree que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos?	41
Figura 7 ¿El restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta?	42
Figura 8 ¿El restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles?	43
Figura 9 ¿El restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales?	44
Figura 10 ¿Considera que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio?	45
Figura 11 ¿Los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística?	46
Figura 12 ¿Los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero?	47
Figura 13 ¿Los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero?	48
Figura 14 ¿En el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos?	49
Figura 15 ¿El distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional?	50
Figura 16 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles?	51

Figura 17 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas?.....	52
Figura 18 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros? .	53
Figura 19 ¿El distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante?.....	54
Figura 20 ¿El distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente?	55
Figura 21 ¿El distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona?	56
Figura 22 ¿El distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos?.....	57
Figura 23 ¿El servicio que Ud. Dirige ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento?	58
Figura 24 ¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica?	59
Figura 25 ¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica.....	60
Figura 26 ¿Su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y	61
Figura 27 ¿Su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales?	62
Figura 28 ¿La zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno?	63
Figura 29 ¿La zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas?	64

Figura 30 ¿La municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo?	65
Figura 31 ¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores?	66
Figura 32 ¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción?	67

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

Identificar problemas en relación con los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco, en 2023 podría involucrar diversos temas algunos posibles problemas que podrían existir en esta zona turística son:

Deficiencias en la Infraestructura Turística: falta de hoteles, restaurantes, baños públicos y otras infraestructuras turísticas básicas limita la comodidad y conveniencia de los visitantes, reduciendo así el atractivo del destino y afectando la generación de empleo en el sector.

Acceso Limitado y Vías de Comunicación Inadecuadas: falta de carreteras bien mantenidas y transporte público eficiente dificulta el acceso al distrito, lo que disminuye el número de turistas que pueden llegar y afecta negativamente la demanda de servicios turísticos y empleo.

Falta de Promoción y Visibilidad: falta de campañas promocionales efectivas a nivel regional, nacional e internacional impide que Huayllay sea

conocido como un destino turístico atractivo, lo que resulta en una menor afluencia de visitantes y oportunidades de empleo.

Ausencia de Plataformas de Información Turística: La falta de centros de información turística y presencia en línea hace que sea difícil para los turistas obtener información sobre las atracciones y actividades disponibles en el distrito, disminuyendo así el interés en visitar la zona.

Limitaciones en la Diversificación de Experiencias Turísticas: dependencia excesiva de un conjunto limitado de atracciones turísticas, como paisajes naturales o sitios arqueológicos, sin ofrecer una variedad de actividades y experiencias, reduce la capacidad del distrito para atraer y retener visitantes, impactando negativamente en la generación de empleo.

Preocupaciones de Seguridad y Sostenibilidad: La presencia de problemas de seguridad, como el crimen o la falta de iluminación en áreas turísticas, disminuye la confianza de los visitantes y puede disuadirlos de elegir Huayllay como destino turístico, afectando así el potencial de empleo en el sector.

Impacto Ambiental Negativo: falta de políticas y prácticas de turismo sostenible puede resultar en la degradación del entorno natural y cultural de Huayllay, lo que afecta negativamente su atractivo turístico a largo plazo y las oportunidades de empleo asociadas.

Desafíos en el Desarrollo Empresarial y la Capacitación: falta de acceso a financiamiento, capacitación empresarial y apoyo gubernamental dificulta el establecimiento y crecimiento de empresas turísticas locales, limitando así las oportunidades de empleo en la comunidad.

Falta de Capacitación y Profesionalización: carencia de programas de capacitación y desarrollo profesional para trabajadores del sector turístico resulta en un servicio deficiente y poco competitivo, reduciendo la satisfacción del visitante y las oportunidades de empleo.

Identificar y abordar estos problemas sería crucial para impulsar el desarrollo turístico sostenible y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco.

Estos problemas nos llevan a investigar el servicio turístico y la generación de empleo.

1.2. Delimitación de la investigación

Espacial, La investigación se llevó cabo en el distrito de Huayllay, en la provincia de Pasco.

Temporal, el período estudiado fue al año 2023.

Universo, La delimitación del universo es la población total del distrito y la muestra es una parte de la población que sirvió para la recolección de datos primarios de la investigación.

Contenido, Los conceptos que se estudió y analizo son las variables servicios turísticos y generación de empleo en el distrito de Huayllay.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Qué relación existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023?

1.3.2. Problemas específicos

¿Qué relación existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023?

¿Qué relación existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023?

¿Qué relación existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo impulsado en el distrito de Huayllay, Pasco 2023?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

1.4.2. Objetivos Específicos

Determinar la relación que existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Determinar la relación que existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Determinar la relación que existe entre los servicios turísticos y la generación de empleo impulsado en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

1.5. Justificación de la investigación

Teórica, Para respaldar la identificación de problemas en los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco, en 2023, se pueden empleó varios marcos teóricos y conceptos relevantes:

Teoría del Desarrollo Turístico: según esta teoría, el desarrollo turístico requiere una infraestructura adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes. La falta de alojamiento, transporte y otros servicios puede limitar el potencial turístico y, por ende, la generación de empleo.

Diversificación de Experiencias Turísticas: La teoría del desarrollo turístico también enfatiza la importancia de ofrecer una variedad de experiencias para atraer a diferentes segmentos de mercado y garantizar un flujo constante de visitantes, lo que implica la necesidad de diversificar la oferta turística en Huayllay.

Teoría del Marketing Turístico: La teoría del marketing turístico destaca la importancia de la promoción y la visibilidad para atraer turistas. La falta de estrategias de marketing efectivas puede llevar a una baja conciencia del destino, lo que resulta en una menor demanda de servicios turísticos y empleo.

Segmentación de Mercado: Esta teoría también sugiere que entender las necesidades y preferencias de diferentes segmentos de mercado es fundamental para diseñar estrategias de marketing exitosas. La falta de diversificación de experiencias turísticas puede limitar la capacidad de Huayllay para satisfacer las demandas de diversos tipos de turistas.

Teoría del Desarrollo Sostenible: La teoría del desarrollo sostenible subraya la importancia de equilibrar el crecimiento económico con la protección del medio ambiente y la preservación de la cultura local. La falta de prácticas sostenibles puede tener repercusiones negativas a largo plazo en el atractivo turístico de Huayllay y, por ende, en la generación de empleo.

Teoría del Emprendimiento y Desarrollo Empresarial: Según esta teoría, el éxito de las empresas turísticas locales depende del acceso a financiamiento, capacitación y apoyo gubernamental. La falta de recursos y programas de capacitación puede obstaculizar el desarrollo empresarial en Huayllay y limitar las oportunidades de empleo.

Innovación y Competitividad: La teoría del emprendimiento también destaca la importancia de la innovación y la competitividad para el éxito a largo plazo de las empresas turísticas. La falta de capacitación y profesionalización puede afectar la calidad de los servicios ofrecidos y, en última instancia, la satisfacción del cliente y el empleo.

Al aplicar estos marcos teóricos, se puede justificar de manera más sólida la identificación de los problemas en los servicios turísticos y la generación de empleo en Huayllay, Pasco, en 2023, y diseñar estrategias efectivas para abordarlos.

Práctica, La identificación de problemas en los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco, en 2023, también puede respaldarse con una justificación práctica basada en evidencia empírica y observaciones del terreno:

Datos de Visitantes y Turismo: El análisis de datos históricos y encuestas a turistas puede revelar tendencias en la visita a Huayllay, incluyendo el número de visitantes, su origen, las actividades que realizan y la duración de su estadía. Una disminución o estancamiento en estos datos puede indicar problemas en los servicios turísticos.

Evaluaciones de Infraestructura: La evaluación directa de la infraestructura turística, como hoteles, restaurantes, carreteras y señalización, puede identificar deficiencias físicas que podrían estar limitando la capacidad del distrito para atraer turistas y crear empleo.

Opiniones de Actores Clave: Hablar con propietarios de negocios turísticos en Huayllay puede proporcionar información sobre los desafíos

que enfrentan, como la falta de financiamiento, la competencia desleal o la escasez de mano de obra cualificada.

Consultas con Autoridades Locales: Las autoridades municipales y de turismo pueden ofrecer perspectivas sobre las políticas y programas actuales, así como identificar áreas de mejora en la promoción turística y la inversión en infraestructura.

Estudios de Caso y Comparaciones: Estudiar otros destinos turísticos similares en la región o a nivel nacional puede ayudar a identificar las mejores prácticas y áreas de oportunidad para mejorar la oferta turística y la generación de empleo en Huayllay.

Análisis de Experiencias del Turista: Observar el comportamiento y las experiencias de los turistas mientras visitan Huayllay puede proporcionar información valiosa sobre los puntos fuertes y débiles de la oferta turística actual.

Al respaldar la identificación de problemas con datos concretos, observaciones en el terreno y la experiencia de actores clave, se puede justificar de manera práctica la necesidad de abordar los desafíos en los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco, en 2023.

Metodológica, Para abordar los problemas identificados en los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco, en 2023, se puede emplear una metodología integral que incluya los siguientes pasos:

Recolección de Datos: Recopilar datos sobre el turismo en Huayllay, incluyendo número de visitantes, perfil demográfico, principales atracciones, y estadísticas económicas locales.

Entrevistas y Encuestas: Realizar entrevistas y encuestas a turistas, empresarios locales, autoridades municipales y otros actores clave para obtener perspectivas sobre los desafíos y oportunidades en el sector turístico.

Identificación de Problemas Prioritarios: Analizar los datos recopilados y las opiniones de los participantes para identificar los problemas más urgentes y relevantes que afectan los servicios turísticos y la generación de empleo en Huayllay.

Desarrollo de Soluciones: Diseñar estrategias y acciones específicas para abordar cada uno de los problemas identificados, utilizando un enfoque participativo que involucre a la comunidad local, empresarios, autoridades y otras partes interesadas.

Priorización de Acciones: Establecer prioridades y determinar el orden de implementación de las estrategias identificadas, considerando factores como el impacto potencial, la viabilidad y los recursos disponibles.

Puesta en Marcha de Iniciativas: Implementar las estrategias y acciones planificadas, asignando responsabilidades claras y asegurando la colaboración entre todas las partes involucradas.

Monitoreo y Evaluación: Establecer mecanismos de seguimiento para supervisar el progreso de las iniciativas implementadas, recopilar retroalimentación y ajustar las estrategias según sea necesario.

Evaluación de Impacto: Analizar el impacto de las acciones implementadas en términos de mejoras en los servicios turísticos, aumento de la actividad económica y generación de empleo en Huayllay.

Identificación de Lecciones Aprendidas: Identificar lecciones aprendidas durante el proceso y utilizarlas para informar futuras intervenciones y mejorar la gestión del turismo en el distrito.

Desarrollo de Capacidades: Capacitar a actores locales en gestión turística sostenible, emprendimiento y otras habilidades relevantes para garantizar la continuidad de las mejoras realizadas.

Promoción del Turismo Responsable: Fomentar prácticas de turismo responsable que preserven el medio ambiente, la cultura local y beneficien a la comunidad a largo plazo

1.6. Limitaciones de la investigación

Al realizar una investigación sobre los servicios turísticos y generación de empleo en el distrito de Huayllay, tuvimos limitaciones que podrían afectar la validez y la generalización de los resultados, como la disponibilidad de calidad de datos encuestados, limitaciones al acceso de datos, generalización de resultados, restricciones temporales sujetos a revisiones y otros factores como crisis económica, desastres naturales, conflictos, pandemias, etc. Que pueden afectar la interpretación de los resultados.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Estudio

Flores & Vergara, (2023), en su tesis concluyen:

En relación al objetivo general, mediante el uso del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, se ha logrado manifestar de manera significativa la relación positiva entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huaraz, Áncash, Perú 2023, con un valor de 0.707. Esto confirma el papel fundamental que ejecutan los servicios turísticos en la creación de puestos de trabajo, favoreciendo a toda la sociedad Huaracina con su resultado dinamizador. Dado que es un lugar con un fuerte enfoque turístico, gran parte de la población se encuentra involucrada en esta actividad, lo que la convierte en un pilar fundamental de la economía territorial. Continuando en la misma línea de análisis, se percibe una relación positiva entre los servicios turísticos y el empleo formal en el distrito de Huaraz, con un coeficiente de 0.461. Esto implica que existe una conexión significativa entre la actividad turística y la creación de empleos formales en la zona. En este contexto, es importante destacar que un

empleo formal proporciona estabilidad a los trabajadores, ya que implica la formalización de un contrato de trabajo sea contratos temporales o fijos. En definitiva, promueve una relación laboral sólida tanto para el empleado como para el empleador, favorable a la eficacia de la economía de la zona. Para concluir, es evidente que existe una conexión entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huaraz, región de Áncash, Perú 2023, con un valor de 0.318 aún no en la magnitud esperada. Debido a la supervisión laboral permanente son pocos los casos en que no se establecen contratos de trabajo ni se ofrecen prestaciones sociales, principalmente para labores de apoyo y mano de obra menos calificada. (p.31)

Granda & Jaen, (2021), en su tesis concluyen:

Primera; En correspondencia al objetivo general se logró determinar qué; la actividad turística incide de manera positiva y significativa en la generación de empleo en los hoteles de tres y cuatro estrellas en el Centro Histórico de la ciudad de Arequipa, así lo refleja un coeficiente de correlación de Spearman con un valor igual a 0.697 que muestra, además tal incidencia como moderada, por ende, si se intensifican los esfuerzos y mejora el desarrollo de la actividad turística se podría conseguir consecuentemente una mejora en la generación de empleo relacionado a estas actividades. Segunda; En correspondencia con el primer objetivo específico se logró identificar qué la mayoría de administradores y gerentes (67,65%) percibe que el nivel de alojamiento es medio, indican también que el área de restauración es apropiada en un nivel medio (88,24%), en cuanto a la intermediación turística la mayoría considera este aspecto como apropiado en un nivel medio (85,29%), respecto a la promoción de productos o servicios turísticos a mayoría considera que esta se da en nivel medio (79,41%), cuanto a la difusión,

asesoramiento e información sobre los recursos y oferta turística se encontró que esta es considerada como apropiada para la mayoría de establecimientos (61,76%), en cuanto al transporte turístico, la mayoría considera que esta es apropiada en un nivel medio (79,4%), y por último en cuanto al desarrollo de otras actividades relacionadas con el turismo (venta de artesanías, venta de textiles, realización de mini documentales), se encontró que esta es considerada como apropiada en un nivel bajo por la mayoría de administradores y gerentes (50%) Tercera; En correspondencia con el segundo objetivo específico respecto a la generación de empleo directo se encontró que en la mayor parte presenta un nivel bajo (52,94%) y asimismo 172 se encontró que la generación de empleo directo guarda una relación directa (0.642) y significativa (0.00) con la actividad turística. En cuanto a la generación empleo indirecto se encontró que la mayoría de los hoteles de tres y cuatro estrellas del Centro Histórico de la ciudad de Arequipa han generado empleos en un nivel medio (97,06%), asimismo se halló que la generación de empleo indirecto guarda una relación directa (0.433) y significativa (0.000) respecto a la actividad turística. Por último, en cuanto a la creación de empleo impulsado se encontró que la mayor parte de administradores y gerentes (52,94%) considera que se da en un nivel bajo y así también se halló que la actividad turística y la generación de empleo presentan una correlación directa (0.700) y significativa (0.000). (p.171)

Ruiz D. , (2015), en su tesis concluye:

La investigación ha llegado a las siguientes conclusiones: Sobre el objetivo general: Determinar la relación que existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013; existe una relación directa

y se comprobó con el modelo econométrico propuesto que tiene validez en términos generales. Sobre el objetivo: Determinar la relación entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013; para la contrastación de la hipótesis en el modelo econométrico se afirma que existe una relación directa entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada en estas empresas. Sobre el objetivo: Demostrar la evolución de la Población económicamente activa ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013, la investigación arrojó que la Población Económicamente Activa ocupada, ha evolucionado positivamente, incrementándose a través del tiempo. Acerca del objetivo: Demostrar la evolución número hoteles, restaurantes y flujo de turistas en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005- 2013, la investigación demostró que estos han evolucionado positivamente, incrementándose a través del tiempo. 101 Respecto al objetivo de elaborar un diagnóstico de sector turismo en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en 2013: con el diagnóstico del sector turismo se elaboró la matriz FODA, y se pudo evidenciar debilidades y amenazas las cuales después de ser analizadas se pueden transformar en fortalezas y oportunidades para la formulación de estrategias que mejoren el turismo en estas zonas, lo que permitiría poder competir a nivel nacional.

Tuesta, (2022), en su tesis concluye:

Después de haber realizado el diagnóstico del empleo en el distrito de Tingo se puede decir que el turismo está generando fuentes de empleo directos e

indirectos, los cuales son mediante la prestación de servicios turísticos de alimentos y bebidas, alojamientos y guías y orientadores turísticos, además existen proyectos que generan empleo mediante mano de obra calificada y no calificada los cuales generan incremento en los ingresos de las familias del distrito en estudio. ✓ De la Caracterización de la empleabilidad en el sector turismo de las familias del distrito del Tingo se concluye que el perfil sociodemográfico muestra que existe un gran porcentaje de mujeres empleadas en el sector turismo, los empleos de las familias en su mayoría son trabajos dependientes, teniendo un rango de ingresos más representativo entre S/ 930.00 a S/. 1500.00 de manera mensual. ✓ Existe una fuerte relación entre las variables empleo e ingresos económicos de las familias del distrito del Tingo, sin embargo, esta no es significativa debido a que los coeficientes de correlación de Pearson son bajos, donde la más alta relación se presenta entre horas de trabajo a la semana y trabajo dependiente con 0.784 de nivel de significancia, por otro lado para la subvariable trabajo independiente la más alta relación se presenta con tiempo de servicio con 0.705 de nivel de significancia. ✓ Después de haber hecho la contrastación de hipótesis se concluye que esta se rechaza ya que la prueba Chi-cuadrado arroja 0.436 y 0.385 para la relación ingresos y empleo dependiente e independiente respectivamente. (p.49)

Dominguez & Flores, (2018), en su tesis concluyen:

La incidencia del turismo en generación de empleo en la ciudad de Huaraz es positiva, porque el impacto directo que tiene el sector turístico en la actividad económica, como consecuencia de los encadenamientos que ésta genera, no solo beneficia a un sector en específico, como vendría ser el caso de los gestores de servicios turísticos, sino a las demás empresas que ofrecen bienes y servicios a

los establecimientos turísticos, existiendo de esta manera una creciente demanda de empleo. Beneficiando a toda la comunidad huaracina con este efecto dinamizador, debido a que somos una localidad turística, la gran parte de la población está inmersa en dicha actividad, siendo un motor principal de la economía huaracina. 2. El turismo contribuyen a generar empleo productivo en la ciudad de Huaraz, pues tiene un efecto dinamizador y multiplicador en la economía, debido a que por cada día que permanece un turista dentro de nuestra localidad, no solo genera empleos directos en los establecimientos de servicios turísticos sino también empleos indirectos para los propios pobladores quienes mejoran la productividad de su trabajo dedicadas al comercio, siendo significativa para la Pymes y pequeños comerciantes de la localidad mejorando su calidad de vida, a consecuencia del incremento del desarrollo económico por la actividad turística en la ciudad de Huaraz. 72 3. La condición del desarrollo del turismo es positiva, y eso se debe a que la demanda de turistas está en aumento por la preferencia de los mismos, justificado por las ventajas competitivas con las que contamos en los atractivos turísticos en el callejón de Huaylas, prefiriéndonos como destino turístico por la variedad de atractivos naturales, culturales, monumentales e históricos, sin embargo, cabe mencionar que no contamos con las vías de acceso adecuadas para la visitas de nuestros potenciales atractivos, que en muchas ocasiones son causantes de la decepción de los turistas por no llegar al destino con el que partieron de su residencia. Así mismo la ciudad de Huaraz cuenta con una oferta turística suficiente para la demanda, esforzándose en brindar los mejores servicios turísticos para la satisfacción de los turistas y de esta manera incrementar aún más el desarrollo del turismo, que es una de las actividades económicas potenciales de la ciudad de Huaraz. (p.72)

2.2. Bases teóricas – científicas

Servicios Turísticos

Los servicios turísticos comprenden una amplia gama de actividades, instalaciones y recursos diseñados para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas durante su viaje. Estos servicios pueden variar desde alojamiento y transporte hasta actividades recreativas y de entretenimiento. Aquí hay una descripción de algunos servicios turísticos comunes:

Hoteles: Establecimientos que ofrecen habitaciones para pernoctar, que pueden variar en categoría y comodidades.

Hostales y posadas: Opciones de alojamiento más económicas y a menudo más pequeñas que los hoteles, que a menudo ofrecen una experiencia más personalizada.

Casas de alquiler y apartamentos: Propiedades privadas disponibles para alquiler temporal, que pueden ser una opción popular para familias o grupos.

Alimentación y Bebidas: Establecimientos que ofrecen comidas y bebidas, que pueden variar en estilo y cocina, desde restaurantes de lujo hasta locales informales y puestos callejeros.

Cafeterías y bares: Lugares para tomar bebidas y aperitivos, que a menudo también ofrecen opciones de comida ligera.

Transporte público: Autobuses, trenes, metro y otros servicios de transporte público que permiten a los turistas moverse dentro de la ciudad o entre destinos.

Taxis y servicios de transporte privado: Opciones de transporte más flexibles y personalizadas que pueden ser más convenientes para los turistas, especialmente en destinos donde el transporte público es limitado.

Alquiler de vehículos: Empresas que ofrecen vehículos para alquilar, como automóviles, bicicletas o motocicletas, que permiten a los turistas explorar un área a su propio ritmo.

Tours y excursiones: Visitas guiadas a atracciones locales, sitios históricos, parques naturales u otros lugares de interés.

Actividades al aire libre: Opciones como senderismo, ciclismo, kayak, esquí u otras actividades recreativas que aprovechan el entorno natural del destino.

Espectáculos y eventos: Teatros, conciertos, festivales y otros eventos culturales y de entretenimiento que pueden ser atractivos para los turistas.

Guías turísticos: Personas capacitadas para proporcionar información y orientación a los turistas sobre destinos locales, historia, cultura y otros aspectos relevantes.

Agencias de viajes: Empresas que ayudan a los turistas a planificar y reservar sus viajes, incluyendo vuelos, alojamiento, transporte y actividades.

Servicios de información turística: Oficinas y centros de información donde los turistas pueden obtener mapas, folletos, recomendaciones y otra información útil sobre el destino.

CEUPE, (2024), los servicios turísticos, son las actividades y servicios disponibles en un destino turístico para atender las necesidades de los visitantes. Entre los servicios más fundamentales se incluyen el hospedaje, la alimentación, el transporte y la asistencia guiada. (p.1). Los servicios turísticos son esenciales para la industria del turismo, ya que abarcan todas las facilidades necesarias para satisfacer tanto las necesidades esenciales como las más específicas de los viajeros.

Los servicios de alojamiento turístico son aquellos destinados a hospedar temporalmente a los turistas, siendo uno de los componentes más cruciales de la industria turística al representar el punto de llegada, refugio y descanso para los visitantes.

Además, estos servicios suelen incluir otras facilidades complementarias, como entretenimiento y opciones de restauración dentro del establecimiento. Los tipos de establecimientos disponibles varían según su calidad y ubicación: En términos de calidad, pueden encontrarse hoteles de distintas categorías, desde aquellos con una estrella hasta los de cinco estrellas.

En cuanto a la ubicación, existen alojamientos urbanos, situados en zonas urbanas con una alta densidad de población y una amplia infraestructura, y alojamientos naturales, que se encuentran en entornos dominados por la naturaleza, como playas, montañas, bosques o pueblos. **(CEUPE, 2024, p.2-3).**

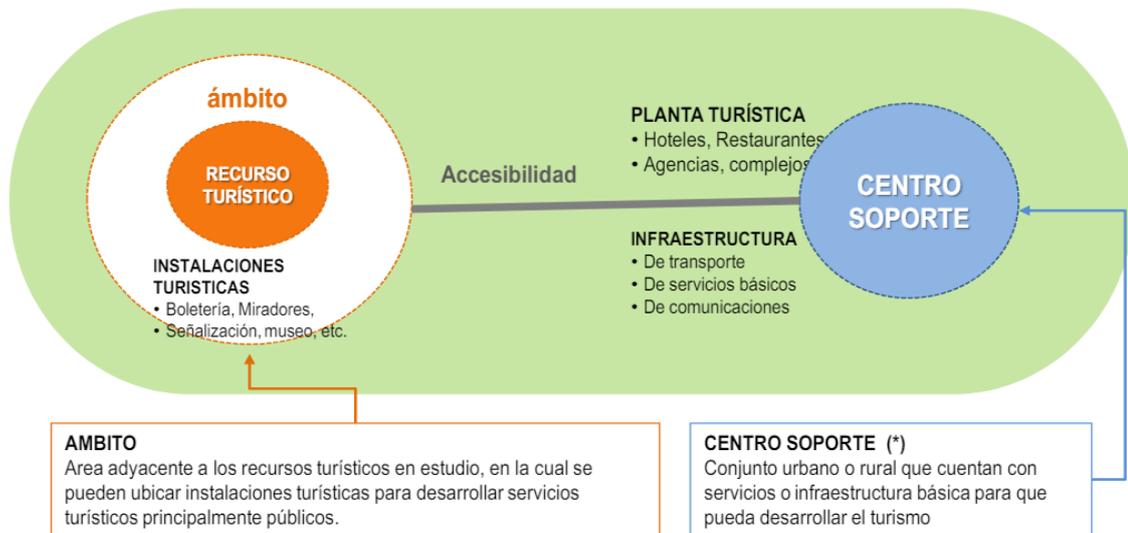
Organización Mundial del Comercio, (2024), El turismo es de gran relevancia para la mayoría de los Miembros de la OMC, especialmente debido a su impacto en la generación de empleo, el producto interno bruto (PIB) y la obtención de divisas. Los servicios turísticos implican una alta demanda de mano de obra y tienen múltiples conexiones con otros sectores económicos clave, como el transporte, la cultura y la creatividad, así como los servicios financieros y de seguros. (p.1)

MINCETUR, (2023), los servicios turísticos públicos comprenden las prestaciones derivadas de las instalaciones y recursos turísticos en un destino, ruta o área específica, con el propósito de satisfacer las necesidades de los visitantes y mejorar su experiencia mediante la provisión de comodidades, calidad y seguridad. Estos servicios incluyen:

- Facilidades de observación.
- Asistencia y orientación turística.
- Suministro de información turística.
- Programas de interpretación cultural.
- Oportunidades para apreciar el paisaje.
- Espacios para descanso durante trayectos prolongados.
- Puntos de embarque y desembarque destinados al turismo.
- Acceso directo a los recursos o atractivos turísticos.
- Rutas internas para recorrer los recursos o atractivos.
- Áreas de estacionamiento para vehículos de turismo.

Los destinos turísticos, se refiere a un área geográfica específica que cuenta con características distintivas en términos de clima, cultura, infraestructura y servicios, además de poseer cierta capacidad administrativa para desarrollar estrategias de planificación comunes. Este espacio tiene la capacidad de atraer a turistas mediante productos turísticos bien desarrollados y adaptados a sus necesidades y expectativas, gracias a la valorización y organización de los recursos disponibles. Además, cuenta con una marca reconocible que se promociona considerando su naturaleza integral.

Figura 1 *Unidad productiva turismo*



Nota. Tomado de MINCETUR, (2023)

Vidal, (2023), Los servicios turísticos comprenden todas las actividades, instalaciones y recursos destinados a satisfacer las necesidades de los turistas durante su viaje. Los aspectos fundamentales incluyen el alojamiento, transporte, alimentación y asistencia guiada. Estos servicios tienen como objetivo mejorar la experiencia del cliente al proporcionar comodidad y entretenimiento. En este sentido, una amplia gama de proveedores, que van desde hoteles y agencias de viaje hasta restaurantes, empresas de transporte y guías turísticos, pueden ofrecer servicios turísticos. (p.1-2)

Tipos de Servicios Turísticos

En el ámbito del turismo se encuentran una diversidad de servicios dirigidos a satisfacer las necesidades de los consumidores. Desde aquellos que abordan necesidades básicas como alimentación y hospedaje, hasta aquellos que proporcionan entretenimiento y conocimiento. Entre ellos tenemos:

Alojamiento turístico: Constituyen una parte esencial de los servicios turísticos, ofreciendo temporalmente alojamiento a los viajeros. Desde hoteles,

hostales y albergues, hasta opciones como apartamentos, campings y casas rurales. La calidad del alojamiento juega un papel crucial en la experiencia del viaje, ya que un ambiente cómodo y relajante puede influir positivamente en la satisfacción del cliente.

Servicios de restaurante: Abordan la necesidad básica de alimentación, pero también sirven como ventana a la cultura culinaria local. A través del turismo gastronómico, los turistas pueden explorar las tradiciones y sabores de una región. Esta categoría incluye restaurantes, bares, cafeterías, mercados, food trucks y puestos callejeros, convirtiendo la gastronomía en un aspecto fundamental del viaje.

Servicios de transporte y agencia de viaje: Son esenciales para facilitar la movilidad de los turistas dentro del destino, permitiendo una experiencia fluida de viaje. Se distinguen distintos tipos de transporte, como terrestre (automóviles, autobuses, trenes), aéreo (aviones, helicópteros) y acuático (cruceiros, ferris, yates), asegurando que los viajeros puedan desplazarse sin contratiempos y aprovechar al máximo su estadía. De la misma manera las agencias de viaje para promover el turismo en la zona.

Servicios de entretenimiento turístico: No solo proporcionan diversión, sino que también fomentan el conocimiento cultural y la interacción social. Estos servicios ofrecen una amplia gama de actividades recreativas, eventos culturales, excursiones y visitas guiadas, que permiten a los turistas involucrarse más profundamente con el destino. Desde tours históricos y degustaciones de vino, hasta espectáculos folclóricos y actividades deportivas, brindan una experiencia enriquecedora y memorable. (Vidal, 2023, p.3-4)

Los servicios turísticos son fundamentales en la industria del turismo, ya que se encargan de atender las demandas de los viajeros en aspectos como transporte, alimentación, hospedaje y entretenimiento. Por ende, representan el cimiento de toda experiencia turística.

Promoción de productos de artesanía

La labor artesanal, en su totalidad, abarca diversas actividades técnicas, productivas, económicas, sociales y culturales, las cuales, según su naturaleza, se llevan a cabo en un entorno que cuenta con una materia prima o elemento característico.

Aranda, (2003), La labor artesanal, en su totalidad, abarca diversas actividades técnicas, productivas, económicas, sociales y culturales, las cuales, según su naturaleza, se llevan a cabo en un entorno que cuenta con una materia prima o elemento característico.

El Simposio Internacional “La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera” desarrollado en Manila en 1997, adoptó la siguiente definición para lo que es producto artesanal: Los productos artesanales son aquellos elaborados por artesanos, ya sea completamente a mano o utilizando herramientas manuales o mecánicas, siempre y cuando la contribución directa del artesano siga siendo el aspecto principal en el producto final. La singularidad de los productos artesanales se deriva de sus cualidades distintivas, que pueden ser de carácter utilitario, estético, artístico, creativo, cultural, decorativo, funcional, tradicional, simbólico y con significado religioso y social.

Sánchez & Galeano, (2018), El comercio del producto artesanal como producto puesto a disposición de un mercado, utiliza diferentes canales de

distribución que son necesarios para acercar la producción a los potenciales clientes. Generalmente este es uno de los principales inconvenientes con que cuentan los artesanos, la dificultad de acceder con sus obras a los canales de comercialización más utilizados. Por lo cual no siempre reciben la paga adecuada por el producto artesanal. (p.2529). Generalmente, el trabajo artesanal se lleva a cabo de manera individual, pero está estrechamente vinculado a la comunidad, lo que conlleva a la identificación de problemas sociales como el uso irracional de los recursos naturales en la producción, la escasez de empleo en áreas rurales, migraciones, marginalización y discriminación de género. Estos problemas están interconectados con la situación de pobreza que enfrentan.

La práctica artesanal ha sido parte integral de la historia humana desde sus comienzos, representando la primera forma de producción y trabajo que combina la técnica con la creatividad, elementos esenciales de la cultura humana. Por consiguiente, la artesanía debe ser reconocida como un valioso patrimonio cultural de las sociedades, que resalta el potencial creativo humano y aporta al desarrollo económico, social y cultural tanto del individuo como de su comunidad.

Organización Mundial del Turismo, OMT, (2018), establece por recurso turístico “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. (p.1-2). El turismo representa un fenómeno que abarca aspectos sociales, culturales y económicos, y se refiere al desplazamiento de individuos hacia lugares distintos a su residencia habitual por razones personales o de negocios/profesionales. Estos individuos, conocidos como visitantes, pueden ser turistas o excursionistas, tanto residentes como no

residentes, y el turismo se relaciona con las actividades que realizan durante su estadía, algunas de las cuales implican un gasto turístico.

Difusión de oferta turística

Sotomayor, (2019), El marketing digital desempeña un papel crucial al facilitar la búsqueda de información para los usuarios, en este caso, los turistas, y permite a las empresas turísticas promocionar sus productos y servicios a nivel global. Es esencial desarrollar un plan de marketing que se enfoque en alcanzar metas específicas. Este proceso comienza con un análisis de la situación actual, seguido por el establecimiento de objetivos SMART a corto, mediano y largo plazo, así como la formulación de estrategias y tácticas. Se determina el presupuesto de inversión y se lleva a cabo un análisis de los resultados y planes de acción, actualizando el contenido para mantener el interés de la audiencia. Además de las estrategias para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda, es importante invertir en publicidad en las redes sociales. También es fundamental establecer objetivos para aumentar el número de seguidores, fomentar el intercambio de contenido y lograr una tasa de retorno positiva. (p.17)

Generación de Empleo

La generación de empleo se refiere al proceso mediante el cual se crean nuevas oportunidades laborales dentro de una economía. Este proceso puede ocurrir a través de la creación de nuevas empresas, la expansión de empresas existentes, el desarrollo de nuevos sectores económicos o la implementación de políticas gubernamentales que fomenten la contratación y el crecimiento del empleo. La generación de empleo es fundamental para el desarrollo económico y social de una comunidad, ya que proporciona ingresos, estabilidad financiera y mejora la calidad de vida de los individuos. Además, contribuye al crecimiento

económico al aumentar la producción y el consumo, así como a la reducción de la pobreza y la desigualdad social.

La generación de empleo por el turismo se refiere al proceso mediante el cual la actividad turística contribuye a la creación de nuevas oportunidades laborales en diversos sectores relacionados con esta industria. Esto incluye empleos directos en hoteles, restaurantes, agencias de viaje, atracciones turísticas y transporte, así como empleos indirectos en sectores como la agricultura, la construcción, el comercio minorista y los servicios. El turismo puede generar empleo tanto en zonas urbanas como rurales, proporcionando oportunidades de trabajo para personas con una amplia gama de habilidades y niveles educativos. La generación de empleo por el turismo es fundamental para el desarrollo económico y social de muchas regiones, especialmente aquellas que dependen en gran medida del turismo como fuente principal de ingresos.

Vega, (2023), El turismo se constituye en el tercer motor más importante de la economía peruana, detrás de la minería y la agroindustria; más de un millón de familias dependen de esta actividad por los puestos de trabajo que se generan, de manera directa e indirecta, a todo lo largo y ancho del país. (p.1). De acuerdo con las estadísticas del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), alrededor de 383,000 establecimientos comerciales y empresas forman parte de la cadena de servicios del turismo, entre hospedajes, agencias de viaje, guías de turismo, artesanos, transportes, entre otros.

Rucci & Aguerrevere, (2018), El potencial del sector turismo para generar empleo es considerable. A nivel global, se estima que aproximadamente uno de cada diez empleos está vinculado a la industria de viajes y turismo, no solo de manera directa, sino también en sectores relacionados como la agricultura,

la industria alimentaria, la construcción, el transporte y la artesanía. Solo en el año 2016, se calcula que este sector creó alrededor de seis millones de nuevos puestos de trabajo. Reconociendo la capacidad del turismo para promover empleos de calidad, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU instan a la formulación e implementación de políticas públicas destinadas a impulsar el turismo sostenible. (p.1-2)

En América Latina y el Caribe, cada vez más naciones están apostando por el turismo como una estrategia de desarrollo. Más allá de impulsar el crecimiento económico y contribuir a la disminución de la pobreza, se ha comprobado que el turismo promueve la inclusión social y proporciona motivaciones para preservar tanto los recursos naturales como culturales.

Massa, (2024), El turismo es el principal generador de empleo en el país, según el último Panorama Mensual de Trabajo Registrado, correspondiente a mayo, difundido por el Ministerio de Trabajo. Hoteles y restaurantes lleva 23 meses consecutivos de aumento en la incorporación de trabajadores y trabajadoras al sector privado, que llegó a un máximo histórico. (p.1). "El empleo formal registrado privado volvió a crecer en mayo, acumula 34 meses consecutivos de crecimiento y es el más alto en los últimos 14 años", tuiteó el ministro de Economía, Sergio Massa, y remarcó: "Defender el desarrollo y la producción garantiza que cada vez más gente acceda a empleos genuinos y de calidad".

Empleo formal

El empleo formal se refiere a aquellas relaciones laborales que están reguladas por contratos escritos y que ofrecen ciertos beneficios y protecciones a los trabajadores, como seguridad social, prestaciones, vacaciones pagadas y

derechos laborales. Estas posiciones suelen estar registradas ante las autoridades gubernamentales y cumplen con las leyes laborales y fiscales del país. Por otro lado, el empleo informal se caracteriza por la falta de regulación y protección laboral, así como la ausencia de beneficios y seguridad social para los trabajadores.

Según **Leguizamón, (2016)**, El viajero, ya sea turista o excursionista, lleva consigo todas sus necesidades básicas de consumo al destino que visita, como alojamiento, alimentación, transporte y entretenimiento, todas las cuales constituyen actividades turísticas. Estas actividades tienen el potencial de generar empleo sea formal e informal, que varía según la zona receptora. Por lo tanto, las habilidades y competencias requeridas para brindar servicios turísticos son diversas. Esto se refleja también en la diversidad del empleo generado por la actividad turística. (p.180).

Otra consecuencia de esta diversidad en la generación de empleo por el turismo son los tamaños de las empresas que ofrecen productos o servicios relacionados. Aunque los sectores de alojamiento y transporte concentran la mayor cantidad de empleo, la oferta turística está compuesta en gran medida por empresas de tamaño mediano, pequeño y microempresas. Estas empresas, especialmente las últimas dos, fomentan el espíritu empresarial y ofrecen oportunidades laborales para las economías locales. Sin embargo, es importante tener en cuenta que este tipo de emprendimientos a menudo puede pertenecer al sector informal de la economía y, como resultado, generar empleo no estructurado.

Empleo informal

El empleo informal abarca todas las actividades laborales que reciben compensación financiera, ya sea mediante el autoempleo o como trabajadores asalariados, pero que no están documentadas, sujetas a regulaciones legales o protegidas por normativas laborales. Esto también incluye el trabajo no remunerado realizado en empresas que generan ingresos.

El empleo informal se refiere a las actividades laborales que se realizan sin seguir los requisitos legales o normativos establecidos por las autoridades, lo que implica que estas actividades no están registradas ni protegidas por la legislación laboral. Esto puede incluir trabajos autónomos, trabajo por cuenta propia o empleo asalariado que no está debidamente documentado. El empleo informal suele estar asociado con condiciones laborales precarias, falta de beneficios sociales y ausencia de protección laboral.

2.3. Definición de términos básicos

Agencia de viajes, Son empresas que se dedican profesional y comercialmente en exclusiva al ejercicio de mediación y/u organización de servicios turísticos. (Wikipedia, 2024)

Actividad turística, abarca el desarrollo de sectores como la hostelería, el transporte de pasajeros, las agencias de viaje, el ocio, la restauración, entre otras áreas que reciben inversiones tanto del sector público como del sector privado. (Wikipedia, 2024)

Bienestar social, es un estado final en el que se cumplen las necesidades humanas básicas y las personas pueden convivir pacíficamente en comunidades con oportunidades de progresar. (Wikipedia, 2024)

Servicios turísticos, el conjunto de actividades, facilidades y recursos proporcionados a los turistas para satisfacer sus necesidades mientras están de viaje. Los más esenciales son el alojamiento, transporte, alimentación y guía. (Wikipedia, 2024)

Generación de empleo, es la capacidad que tiene la actividad turística para la creación de nuevos empleos en un destino o centro turístico. (Wikipedia, 2024)

Empleo informal, se define como el trabajo remunerado que no está registrado (y, por ende, no cuenta con protección legal), así como también el trabajo independiente de baja calificación e ingresos. (Wikipedia, 2024)

Empleo formal, es aquel que respeta derechos laborales y te brinda acceso a servicios de salud, a vivienda, a una pensión para la vejez o ahorro para el retiro, entre otros beneficios. (Wikipedia, 2024)

Empleo impulsado, cuando un ministerio o institución pública, promueve la formalidad y el **trabajo** decente en el país. (Wikipedia, 2024)

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

2.4.2. Hipótesis específica

Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo impulsado en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

2.5. Identificación de variables

V. I. = Servicios Turísticos

V. D = Generación de empleo

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Tabla 1 Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONE	INDICADORES	ÍTEMS	MEDICIÓN
V.1. Servicios Turísticos	Alojamiento Turístico	-Establecimiento hotelero -Recepción de turistas -Tiempo de alojamiento -Venta de alimentos -Aspectos diferenciadores	1, 2, 3, 4 y 5	Cuestionario de tipo de escala de Likert ordinal 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	Servicios de restaurante	-Venta de comidas -Venta de licores -Reservas -Limpieza	6, 7, 8 y 9	
	Transporte y agencia de viaje	-Transportes de pasajero -Servicio de taxi -Alquiler de vehículos -Agencias de viaje	10, 11, 12 y 13	
	Promoción de productos de artesanía	-Venta de artesanía -Productos textiles -Productos cerámicos -Productos en madera y otros	14, 15, 16 y 17	
	Difusión de oferta turística	-Información turística -Eventos turísticos -Oferta turística en la web -Redes sociales	19, 20, 21 y 22	
V.2. Generación de Empleo	Empleo formal	-Puestos de trabajo -Empleo legal -Salario mínimo -Planilla de empleados	23, 24, 25 y 26	
	Empleo informal	-Empleos sin acuerdos laborales -Personal guía -Personal de menor edad	27, 28 y 29	
	Empleo impulsado	-Oferta turística -Programas de inversión -Financiamiento de proyectos	30 y 31	

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es la descriptiva correlacional, según **Ñaupas , y otros, (2023), (2023)**, “comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos de estudio y responde a la pregunta ¿Cuál es la relación entre X y Y? (p.160-161).

3.2. Nivel de Investigación

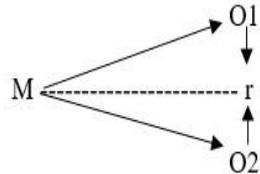
El nivel de investigación correlacional, según **Valderrama, (2019)**, “El propósito de este tipo de investigaciones consiste en entender la relación o grado de vinculación entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto determinado.” (p. 169).

3.3. Métodos de investigación

El método a utilizar es el deductivo, según **Narváez, (2023)**, Es una de las tácticas más utilizadas tanto en la investigación científica como en la investigación de mercados, ya que permite validar la autenticidad de una hipótesis en diversos escenarios” (p.3).

3.4. Diseño de investigación

Corresponde al diseño correlacional, según **Sánchez & Reyes, (2021)**, “Dirige el proceso de identificar la relación entre dos o más variables significativas en un mismo conjunto de datos, o la correlación entre dos fenómenos observados.” (p.109).



Donde:

M: Muestra en la que se realiza el estudio

O1: Observaciones de la variable 1

O2: Observaciones de la variable 2

r: Relación de las variables de estudio

3.5. Población y muestra

Población

La población está constituida por 9577 habitantes del distrito de Huayllay, según datos del INEI Censos Nacionales de Población, Vivienda y Hogar 2017.

Muestra

La muestra es de tipo probabilística, siendo la muestra 369 habitantes. El tamaño de la muestra fue calculado a partir de la población finita $N = 9577$, margen de error $E = 5\%$, la distribución estándar $Z = 1.96$, la tasa de acierto $p = 0.5$ y tasa de fracaso $q = 0.5$ para el cual se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

N = Población

n = Muestra

Z = Distribución Estándar

E = Margen o probabilidad de error

p = Tasa de acierto o éxito

q = Tasa de fracaso o error

Reemplazando valores tendremos:

$$n = \frac{1.96^2 (0.5) (0.5) 9577}{0.05^2 (9577-1) + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{9197.7508}{24.9029}$$

$$24.9029$$

$$n = 369 \text{ muestras}$$

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario escala de Likert.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

3.7. Selección, Validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

La selección del instrumento es el cuestionario de tipo de escala de Likert, se validó con el Alfa de Cronbach por correlación y varianza en el programa del SPSS de los 31 ítems considerados en el cuestionario, obteniendo el resultado siguiente:

Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.9038	.909	31

Nota. Alfa de Cronbach según datos de encuesta en el programa del SPSS 28.

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Recopilación de datos, aquí recopilaremos la información de la población mediante las encuestas e instrumentos con el cuestionario.

Preparación de datos, aquí revisaremos, ordenaremos, organizaremos los datos para detectar los errores y el descarte de información repetitiva o incompleta. De este modo, seleccionaremos la información necesaria y puntual con la que se trabajará para el procesamiento y análisis de datos.

Introducción de datos, aquí los datos se ingresan al programa Excel, donde se creará la base de datos y las correspondientes sumatorias de variables y dimensiones.

Procesamiento de datos, en esta etapa, los datos se procesan en el programa SPSS 28, tanto la estadística descriptiva e inferencial, donde son preparados y optimizados para su uso final.

Interpretación de datos, es en este punto cuando finalmente tendremos todo el resultado de las etapas previas. De una forma totalmente entendible para los miembros que la requieran, como las interpretaciones de las tablas de frecuencia, interpretación de las pruebas de hipótesis con el coeficiente de correlación con el test estadístico Rho de Spearman.

Almacenamiento de Datos, finalmente, queda la última etapa de este proceso que consiste en el almacenamiento de toda esta información útil resultante del procesamiento y análisis de datos. Para su uso inmediato o posterior

según convenga, con la tranquilidad de que estarán conservados bajo la legislación de protección de datos.

Los datos estadísticos, nos muestra un Alfa de Cronbach de 0.903 y 0.909 positivo muy alto cercano a uno, lo que explica que el instrumento es homogéneo, confiable y fiable.

3.9. Tratamiento estadístico

El tratamiento estadístico fue según las tablas de frecuencia y sus gráficos y para la prueba de hipótesis se aplicó el test estadístico de coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

Al desarrollar la investigación consideramos los principios éticos, los estándares éticos universitarios y los estándares de títulos, en nuestro trabajo de investigación, también se utiliza el estilo APA en las citas y referencias de diversos autores, como el Reglamento de Grados y Títulos de la universidad.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del Trabajo de Campo

La etapa de investigación en trabajo de campo se ejecutó mediante la recopilación de datos primarios, empleando un método de recolección de información. Se administró un cuestionario a 369 personas en el distrito de Huayllay según la técnica de encuesta y un cuestionario basado en la escala de Likert. Estos datos recopilados nos posibilitaron el análisis y conclusión de los resultados obtenidos.

4.2. Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados

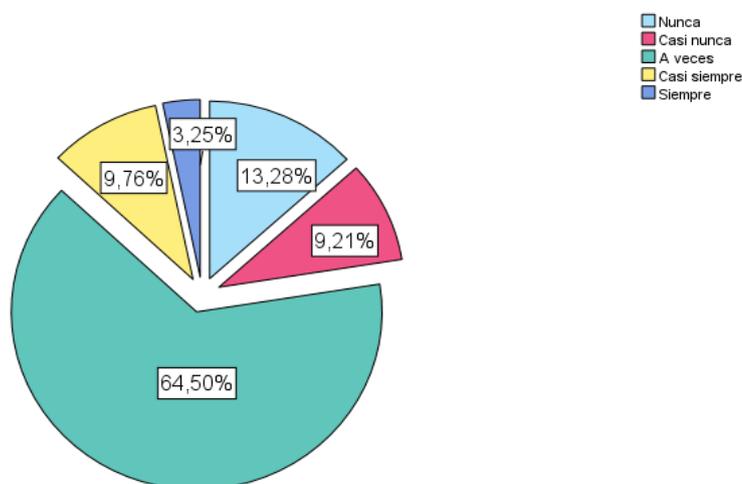
Los datos obtenidos mediante encuestas fueron organizados, tabulados y procesados sistemáticamente utilizando los programas Excel y SPSS. En primer lugar, se llevaron a cabo cálculos de estadísticas descriptivas, donde se presentan las tablas de frecuencia y gráficos correspondientes, los cuales fueron analizados en detalle. Posterior a ello, se formularon hipótesis a nivel general y específico, utilizando el método estadístico inferencial con el test estadístico de Rho de Spearman. A continuación, se presentan los resultados del estudio.

Tabla 3 ¿La mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	49	13,3	13,3	13,3
	Casi nunca	34	9,2	9,2	22,5
	A veces	238	64,5	64,5	87,0
	Casi siempre	36	9,8	9,8	96,7
	Siempre	12	3,3	3,3	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 2 ¿La mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros?

¿La mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros?



Interpretación:

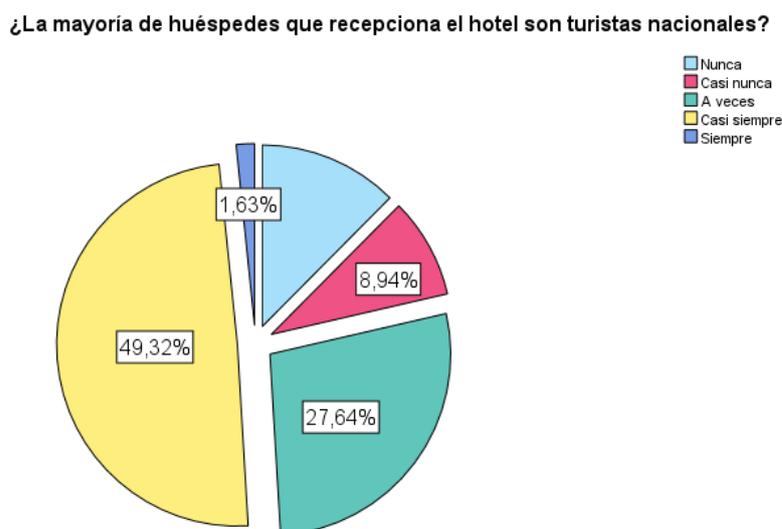
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 64.50% de los 369 encuestados dicen a veces la mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros, el 13.28% afirman nunca, el 9.76% mencionan casi siempre, el 9.21% confirman que casi nunca y el 3.25% afirman que siempre la

mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros.

Tabla 4 ¿La mayoría de huéspedes que recepciona el hotel son turistas nacionales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	46	12,5	12,5	12,5
	Casi nunca	33	8,9	8,9	21,4
	A veces	102	27,6	27,6	49,1
	Casi siempre	182	49,3	49,3	98,4
	Siempre	6	1,6	1,6	100,0
Total		369	100,0	100,0	

Figura 3 ¿La mayoría de huéspedes que recepciona el hotel son turistas nacionales?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 49.32% de los 369 encuestados dicen casi siempre la mayoría de huéspedes que recepcionan el hotel son turistas nacionales, el 27.64% afirman a veces, el 12.50% mencionan nunca, el 8.94%

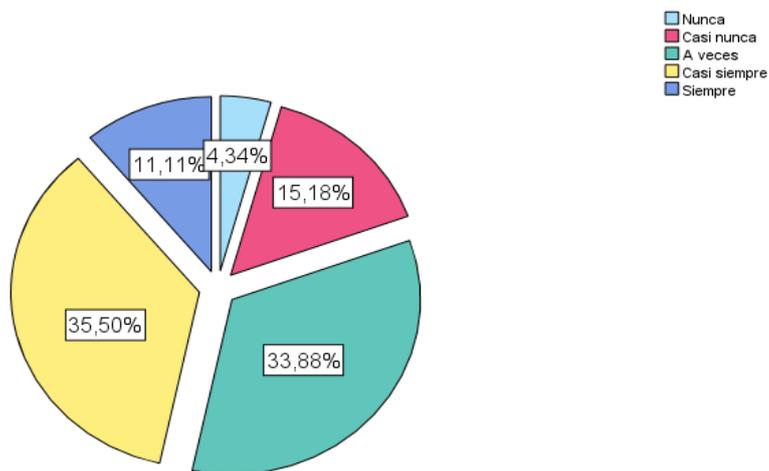
confirman que casi nunca y el 1.63% afirman que siempre la mayoría de huéspedes que reciben en el hotel son turistas nacionales.

Tabla 5 ¿El promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3 a 5 días en promedio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	4,3	4,3	4,3
	Casi nunca	56	15,2	15,2	19,5
	A veces	125	33,9	33,9	53,4
	Casi siempre	131	35,5	35,5	88,9
	Siempre	41	11,1	11,1	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 4 ¿El promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3 a 5 días en promedio?

¿El promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3 a 5 días en promedio?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 35.50% de los 369 encuestados dicen casi siempre el promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3

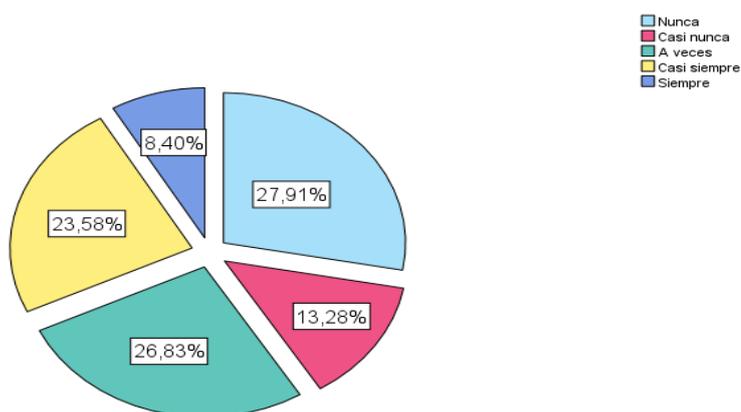
a 5 días en promedio, el 33.88% afirman a veces, el 15.18% mencionan casi nunca, el 11.11% confirman que siempre y el 4.34% afirman que nunca el promedio de tiempo de alojamiento de los turistas es de 3 a 5 días en promedio.

Tabla 6 ¿Los hoteles promueve la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	103	27,9	27,9	27,9
	Casi nunca	49	13,3	13,3	41,2
	A veces	99	26,8	26,8	68,0
	Casi siempre	87	23,6	23,6	91,6
	Siempre	31	8,4	8,4	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 5 ¿Los hoteles promueve la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores?

¿Los hoteles promueve la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 27.91% de los 369 encuestados dicen que nunca los hoteles promueven la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores, el 26.83% afirman a veces, el 23.58% mencionan casi

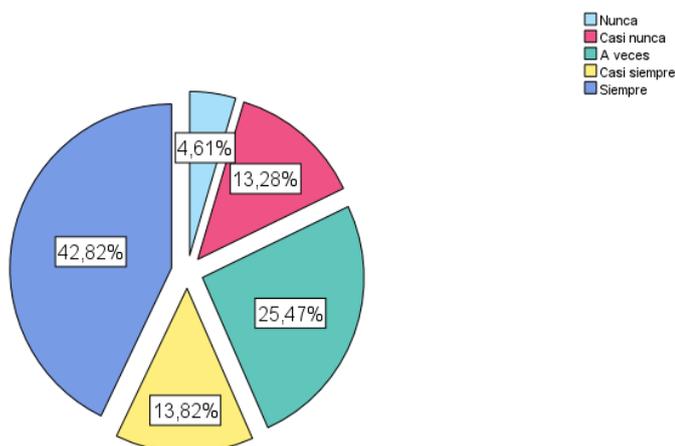
siempre, el 13.28% confirman que casi nunca y el 8.40% afirman que siempre los hoteles promueven la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores.

Tabla 7 ¿Usted cree que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	4,6	4,6	4,6
	Casi nunca	49	13,3	13,3	17,9
	A veces	94	25,5	25,5	43,4
	Casi siempre	51	13,8	13,8	57,2
	Siempre	158	42,8	42,8	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 6 ¿Usted cree que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos?

¿Usted cree que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos?



Interpretación:

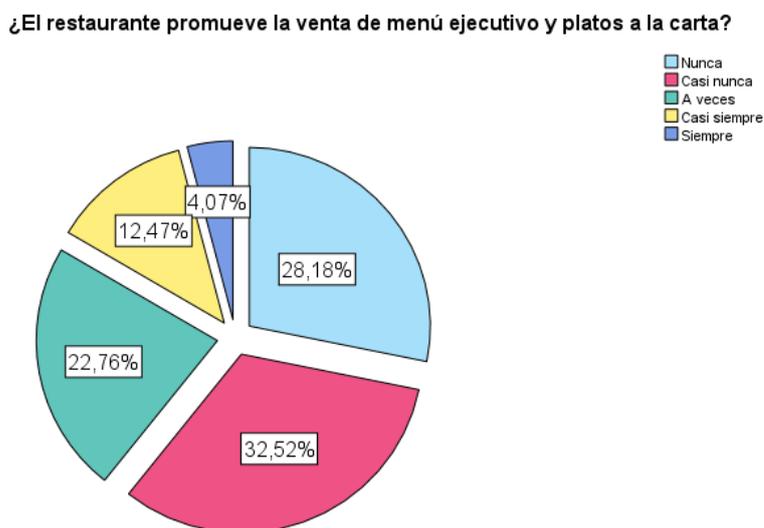
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 42.82% de los 369 encuestados dicen que siempre creen que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos, el

25.47% afirman a veces, el 13.82% mencionan casi siempre, el 13.28% confirman que casi nunca y el 4.61% afirman que nunca creen que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos.

Tabla 8 ¿El restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	104	28,2	28,2	28,2
	Casi nunca	120	32,5	32,5	60,7
	A veces	84	22,8	22,8	83,5
	Casi siempre	46	12,5	12,5	95,9
	Siempre	15	4,1	4,1	100,0
Total		369	100,0	100,0	

Figura 7 ¿El restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta?



Interpretación:

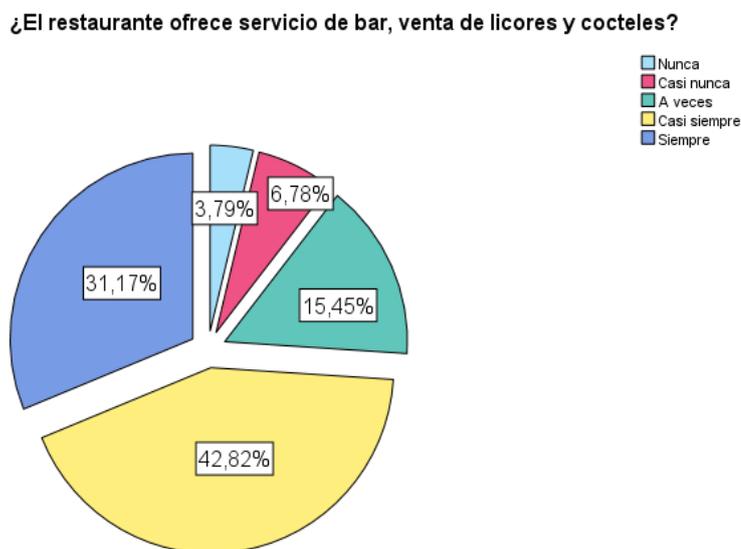
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 32.52% de los 369 encuestados dicen casi nunca el restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta, el 28.18% afirman nunca, el 22.76% mencionan a veces, el 12.47%

confirman que casi siempre y el 4.07% afirman que siempre el restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta.

Tabla 9 ¿El restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	3,8	3,8	3,8
	Casi nunca	25	6,8	6,8	10,6
	A veces	57	15,4	15,4	26,0
	Casi siempre	158	42,8	42,8	68,8
	Siempre	115	31,2	31,2	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 8 ¿El restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles?



Interpretación:

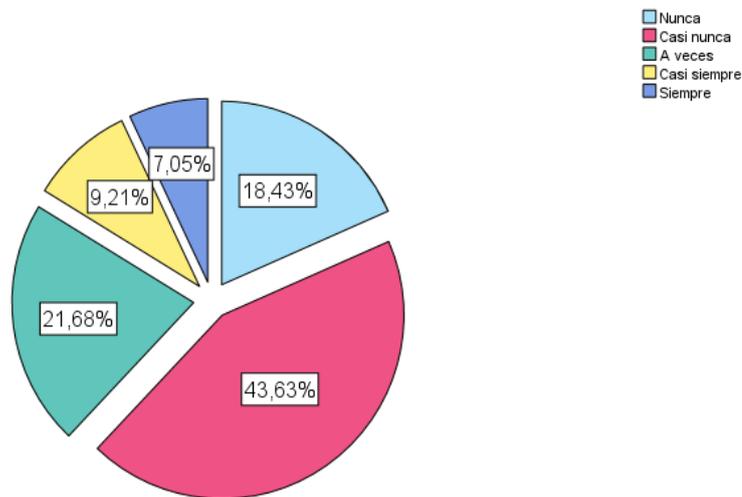
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 42.82% de los 369 encuestados dicen casi siempre el restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles, 31.17% afirman siempre, el 15.45% mencionan a veces, el 6.78% confirman que casi nunca y el 3.79% afirman que nunca el restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles.

Tabla 10 ¿El restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	68	18,4	18,4	18,4
	Casi nunca	161	43,6	43,6	62,1
	A veces	80	21,7	21,7	83,7
	Casi siempre	34	9,2	9,2	93,0
	Siempre	26	7,0	7,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 9 ¿El restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales?

¿El restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales?



Interpretación:

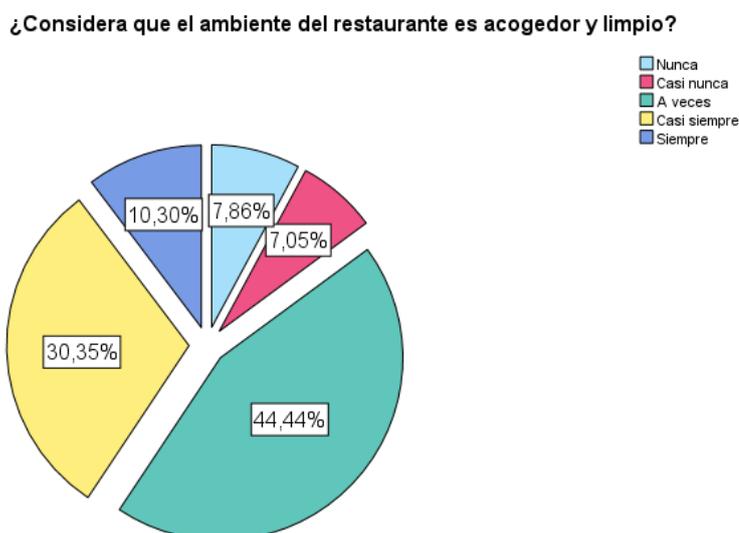
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 43.63% de los 369 encuestados dicen casi nunca el restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales, el 21.68% afirman a veces, el 18.43% mencionan nunca, el

9.21% confirman que casi siempre y el 7.05% afirman que siempre el restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales.

Tabla 11 ¿Considera que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	29	7,9	7,9	7,9
	Casi nunca	26	7,0	7,0	14,9
	A veces	164	44,4	44,4	59,3
	Casi siempre	112	30,4	30,4	89,7
	Siempre	38	10,3	10,3	100,0
Total		369	100,0	100,0	

Figura 10 ¿Considera que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 44.44% de los 369 encuestados dicen a veces consideran que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio, el 30.35% afirman casi siempre, el 10.30% mencionan siempre, el 7.86% confirman

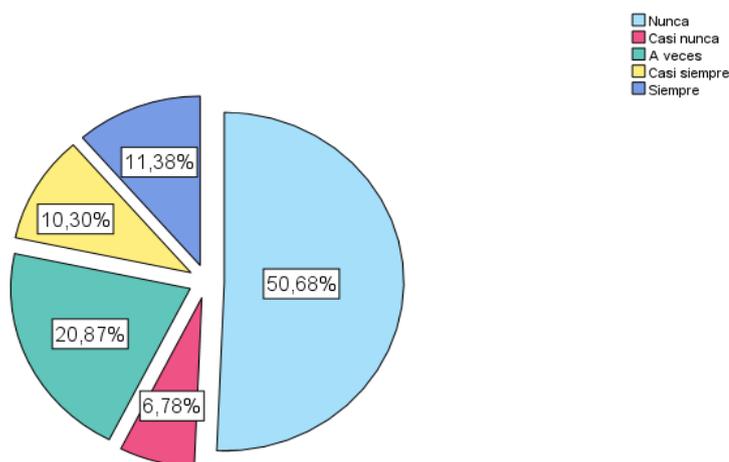
que nunca y el 7.05% afirman que casi nunca consideran que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio.

Tabla 12 *¿Los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	187	50,7	50,7	50,7
	Casi nunca	25	6,8	6,8	57,5
	A veces	77	20,9	20,9	78,3
	Casi siempre	38	10,3	10,3	88,6
	Siempre	42	11,4	11,4	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 11 *¿Los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística?*

¿Los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística?



Interpretación:

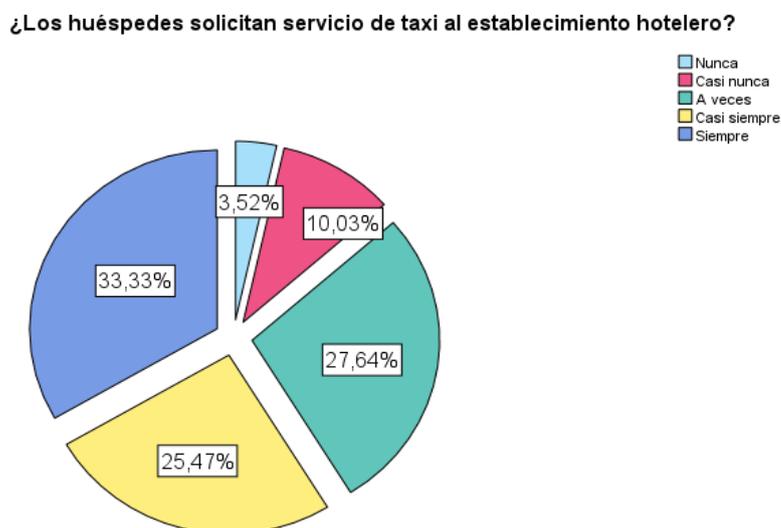
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 50.68% de los 369 encuestados dicen nunca los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística, el 20.87% afirman a veces, el 11.38%

mencionan siempre, el 10.30% confirman que casi siempre y el 6.78% afirman que casi nunca los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística.

Tabla 13 *¿Los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	3,5	3,5	3,5
	Casi nunca	37	10,0	10,0	13,6
	A veces	102	27,6	27,6	41,2
	Casi siempre	94	25,5	25,5	66,7
	Siempre	123	33,3	33,3	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 12 *¿Los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero?*



Interpretación:

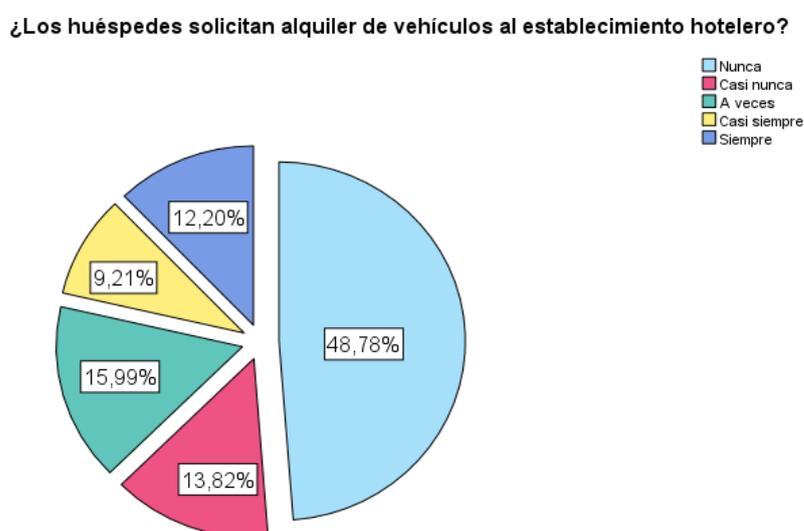
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 33.33% de los 369 encuestados dicen que siempre los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero, el 27.64% afirman a veces, el 25.47% mencionan casi siempre, el

10.03% confirman que casi nunca y el 3.52% afirman que nunca los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero.

Tabla 14 ¿Los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	180	48,8	48,8	48,8
	Casi nunca	51	13,8	13,8	62,6
	A veces	59	16,0	16,0	78,6
	Casi siempre	34	9,2	9,2	87,8
	Siempre	45	12,2	12,2	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 13 ¿Los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 48.78% de los 369 encuestados dicen nunca los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero, el 15.99% afirman a veces, el 13.82% mencionan casi nunca, el 12.20%

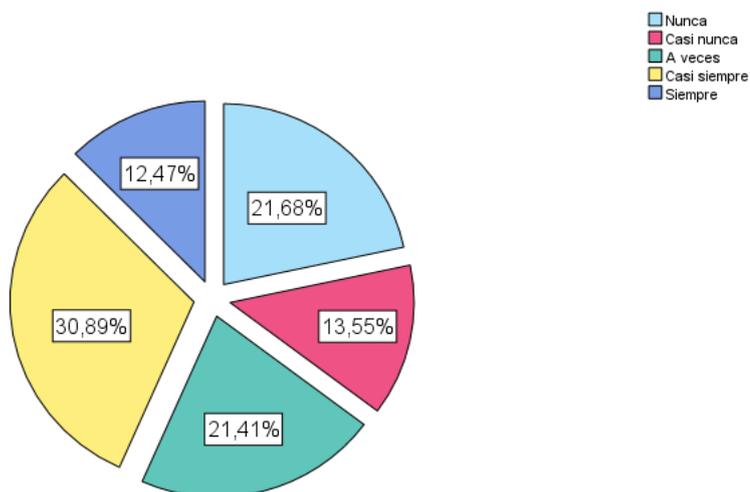
confirman que siempre y el 9.21% afirman que casi siempre los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero

Tabla 15 *¿En el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	80	21,7	21,7	21,7
	Casi nunca	50	13,6	13,6	35,2
	A veces	79	21,4	21,4	56,6
	Casi siempre	114	30,9	30,9	87,5
	Siempre	46	12,5	12,5	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 14 *¿En el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos?*

¿En el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos?



Interpretación:

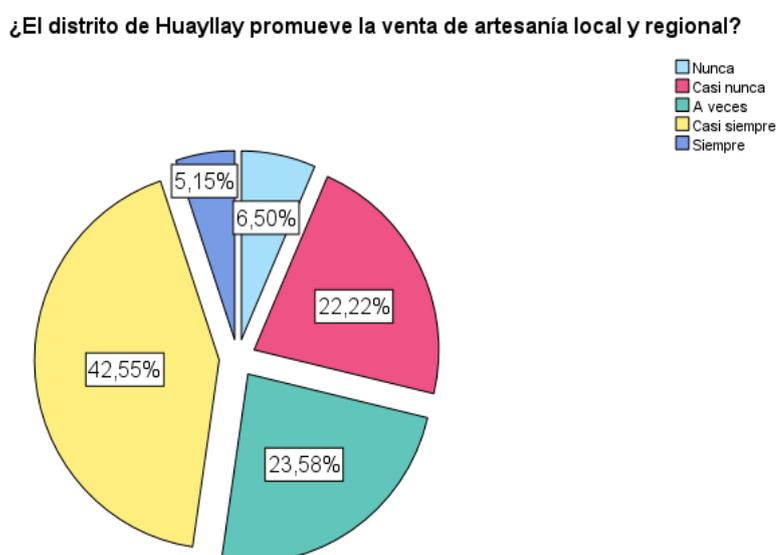
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 30.89% de los 369 encuestados dicen casi siempre que en el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos, el 21.68% afirman nunca, el 21.41% mencionan a

veces, el 13.55% confirman que casi nunca y el 12.47% afirman que siempre en el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos.

Tabla 16 ¿El distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	24	6,5	6,5	6,5
	Casi nunca	82	22,2	22,2	28,7
	A veces	87	23,6	23,6	52,3
	Casi siempre	157	42,5	42,5	94,9
	Siempre	19	5,1	5,1	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 15 ¿El distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional?



Interpretación:

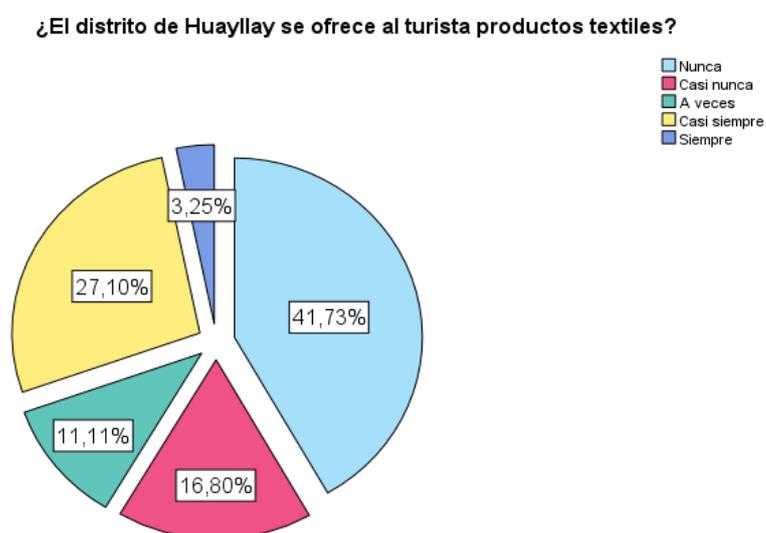
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 42.55% de los 369 encuestados dicen casi siempre que el distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional, el 23.58% afirman a veces, el 22.22% mencionan casi nunca, el

6.50% confirman que nunca y el 5.15% afirman que siempre el distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional.

Tabla 17 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	154	41,7	41,7	41,7
	Casi nunca	62	16,8	16,8	58,5
	A veces	41	11,1	11,1	69,6
	Casi siempre	100	27,1	27,1	96,7
	Siempre	12	3,3	3,3	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 16 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 41.73% de los 369 encuestados dicen nunca que el distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles, el 27.10% afirman casi siempre, el 16.80% mencionan casi nunca, el 11.11%

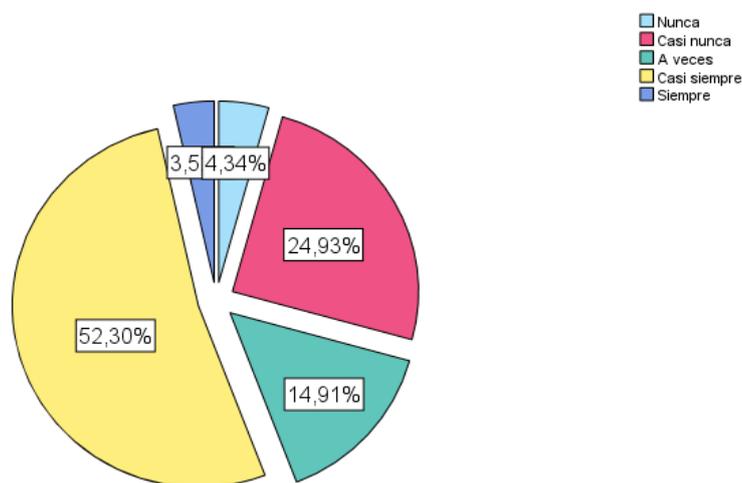
confirman a veces y el 3.25% afirman que siempre el distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles.

Tabla 18 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	4,3	4,3	4,3
	Casi nunca	92	24,9	24,9	29,3
	A veces	55	14,9	14,9	44,2
	Casi siempre	193	52,3	52,3	96,5
	Siempre	13	3,5	3,5	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 17 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas?

¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas?



Interpretación:

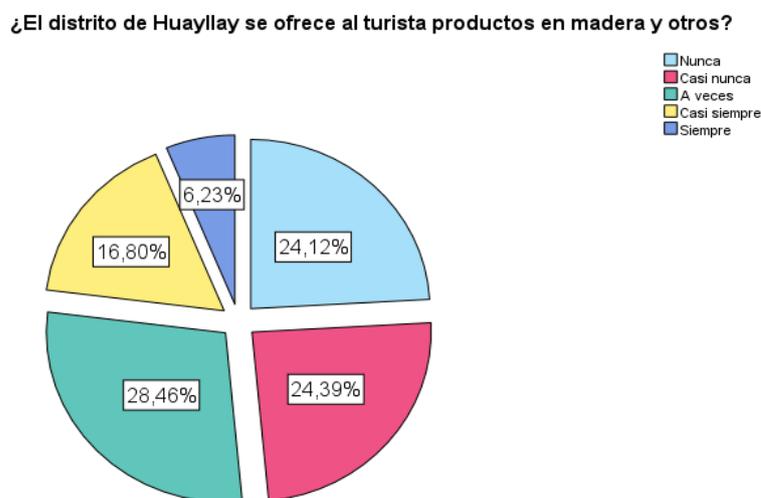
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 52.30% de los 369 encuestados dicen casi siempre que el distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas, el 24.93% afirman casi nunca, el 14.91% mencionan a veces, el 4.34%

confirman nunca y el 3.54% afirman que siempre el distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas.

Tabla 19 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	89	24,1	24,1	24,1
	Casi nunca	90	24,4	24,4	48,5
	A veces	105	28,5	28,5	77,0
	Casi siempre	62	16,8	16,8	93,8
	Siempre	23	6,2	6,2	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 18 ¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 28.46% de los 369 encuestados dicen a veces que el distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros, el 24.39% afirman casi nunca, el 24.12% mencionan nunca, el 16.80%

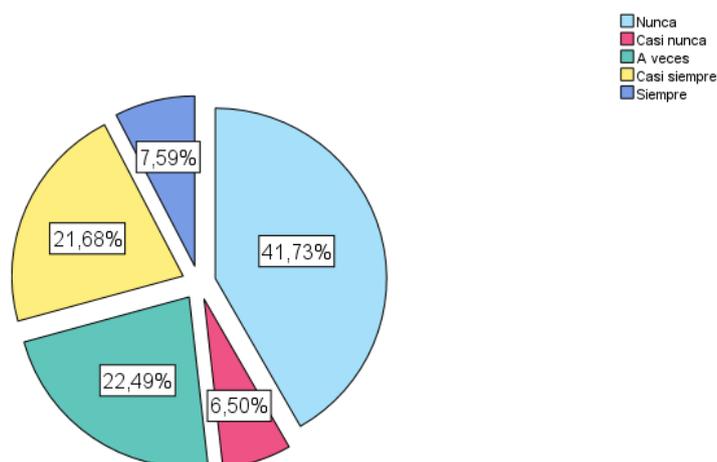
confirman casi siempre y el 6.23% afirman que siempre el distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros.

Tabla 20 *¿El distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	154	41,7	41,7	41,7
	Casi nunca	24	6,5	6,5	48,2
	A veces	83	22,5	22,5	70,7
	Casi siempre	80	21,7	21,7	92,4
	Siempre	28	7,6	7,6	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 19 *¿El distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante?*

¿El distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 41.73% de los 369 encuestados dicen nunca que el distrito de Huayllay brinda información turística sobre

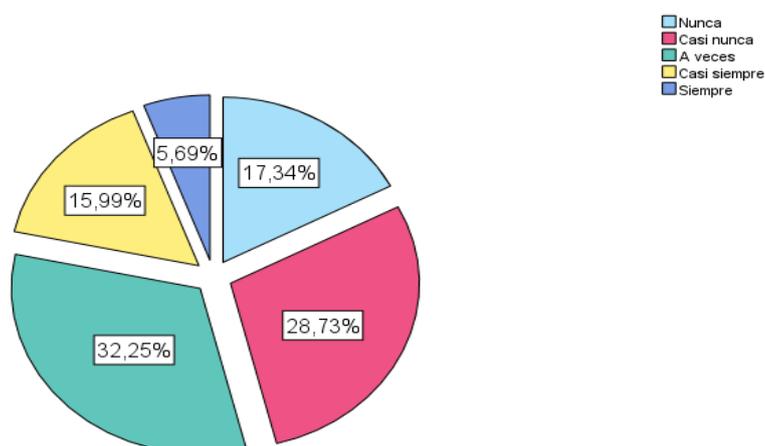
atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante, el 22.49% afirman a veces, el 21.68% mencionan casi siempre, el 7.59% confirman que siempre y el 6.50% afirman que casi nunca el distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante.

Tabla 21 ¿El distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	64	17,3	17,3	17,3
	Casi nunca	106	28,7	28,7	46,1
	A veces	119	32,2	32,2	78,3
	Casi siempre	59	16,0	16,0	94,3
	Siempre	21	5,7	5,7	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 20 ¿El distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente?

¿El distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 32.25% de los 369 encuestados dicen a veces que el distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente, el 28.73% afirman casi nunca, el 17.34% mencionan nunca, el

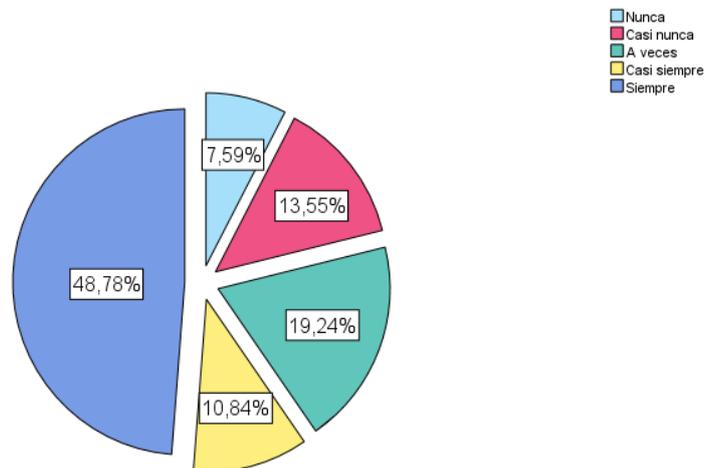
15.99% confirman casi siempre y el 5.69% afirman que siempre el distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente.

Tabla 22 ¿El distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	28	7,6	7,6	7,6
	Casi nunca	50	13,6	13,6	21,1
	A veces	71	19,2	19,2	40,4
	Casi siempre	40	10,8	10,8	51,2
	Siempre	180	48,8	48,8	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 21 ¿El distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona?

¿El distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 48.78% de los 369 encuestados dicen siempre que el distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona, el 19.24% afirman a veces, el 13.55%

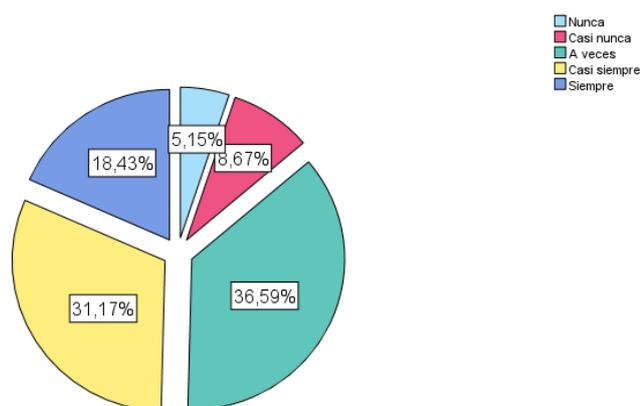
mencionan casi nunca, el 10.84% confirman casi siempre y el 7.59% afirman que nunca el distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona.

Tabla 23 *¿El distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	19	5,1	5,1	5,1
	Casi nunca	32	8,7	8,7	13,8
	A veces	135	36,6	36,6	50,4
	Casi siempre	115	31,2	31,2	81,6
	Siempre	68	18,4	18,4	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 22 *¿El distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos?*

¿El distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 36.59% de los 369 encuestados dicen a veces que el distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y

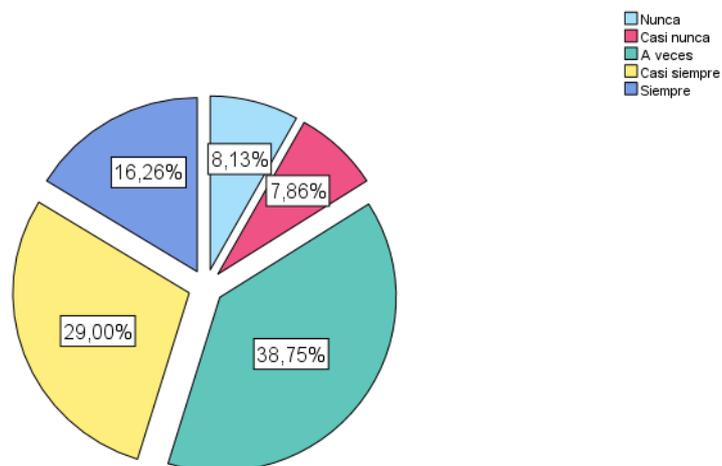
Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos, el 31.17% afirman casi siempre, el 18.43% mencionan siempre, el 8.67% confirman casi nunca y el 5.15% afirman que nunca el distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos.

Tabla 24 *¿El servicio que Ud. Dirige ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	30	8,1	8,1	8,1
	Casi nunca	29	7,9	7,9	16,0
	A veces	143	38,8	38,8	54,7
	Casi siempre	107	29,0	29,0	83,7
	Siempre	60	16,3	16,3	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 23 *¿El servicio que Ud. Dirige ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento?*

¿El servicio que Ud. Dirige ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento?



Interpretación:

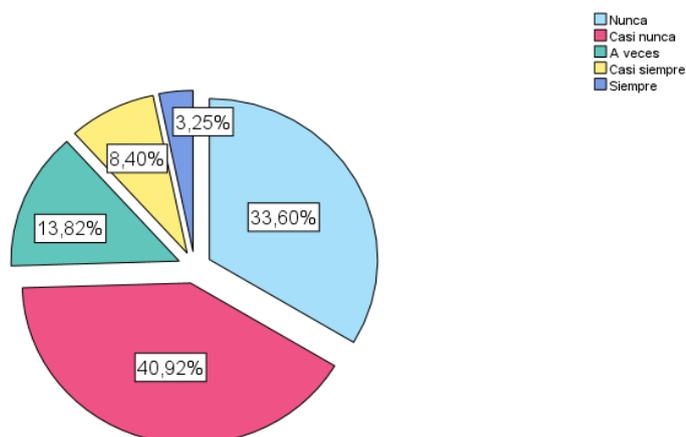
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 38.75% de los 369 encuestados dicen a veces que el servicio que dirigen ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento, el 29% afirman casi siempre, el 16.26% mencionan que siempre, el 8.13% confirman nunca y el 7.86% afirman que casi nunca el servicio que dirigen ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento.

Tabla 25 *¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	124	33,6	33,6	33,6
	Casi nunca	151	40,9	40,9	74,5
	A veces	51	13,8	13,8	88,3
	Casi siempre	31	8,4	8,4	96,7
	Siempre	12	3,3	3,3	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 24 *¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica?*

¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica?



Interpretación:

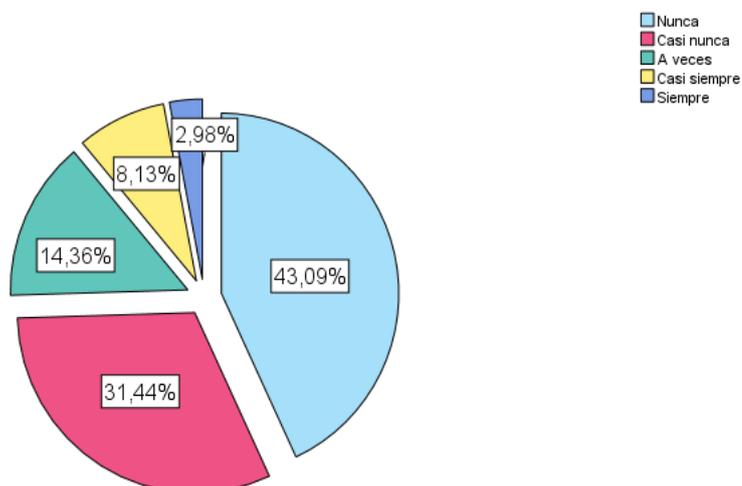
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 40.92% de los 369 encuestados dicen casi nunca que se generan empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica, el 33.60% afirman que nunca, el 13.82% mencionan a veces, el 8.40% confirman casi siempre y el 3.25% afirman que siempre se generan empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica.

Tabla 26 *¿En su establecimiento los trabajadores perciben un salario mínimo con comprobantes de pago como honorarios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	159	43,1	43,1	43,1
	Casi nunca	116	31,4	31,4	74,5
	A veces	53	14,4	14,4	88,9
	Casi siempre	30	8,1	8,1	97,0
	Siempre	11	3,0	3,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 25 *¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica*

¿En su establecimiento los trabajadores perciben un salario mínimo con comprobantes de pago como honorarios?



Interpretación:

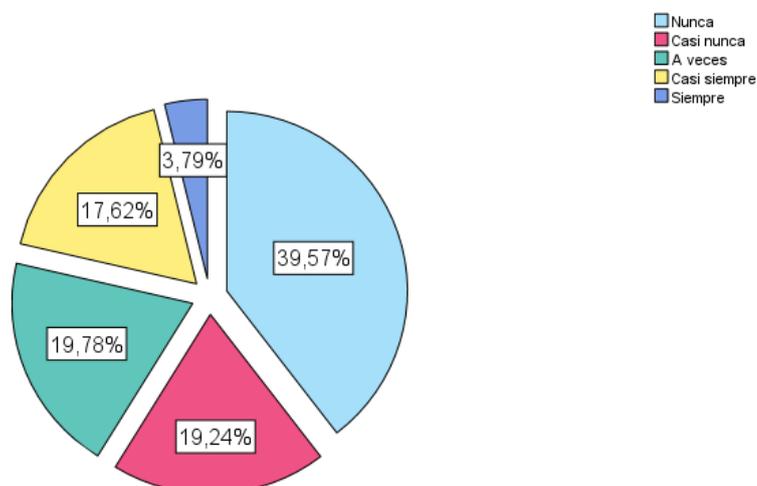
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 43.09% de los 369 encuestados dicen nunca que en su establecimiento los trabajadores perciben un salario mínimo con comprobantes de pago como honorarios, el 31.44% afirman casi nunca, el 14.36% mencionan a veces, el 8.13% confirman casi siempre y el 2.98% afirman que siempre en su establecimiento los trabajadores perciben un salario mínimo con comprobantes de pago como honorarios.

Tabla 27 ¿Su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y económicos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	146	39,6	39,6	39,6
	Casi nunca	71	19,2	19,2	58,8
	A veces	73	19,8	19,8	78,6
	Casi siempre	65	17,6	17,6	96,2
	Siempre	14	3,8	3,8	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 26 ¿Su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y

¿Su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y económicos?



Interpretación:

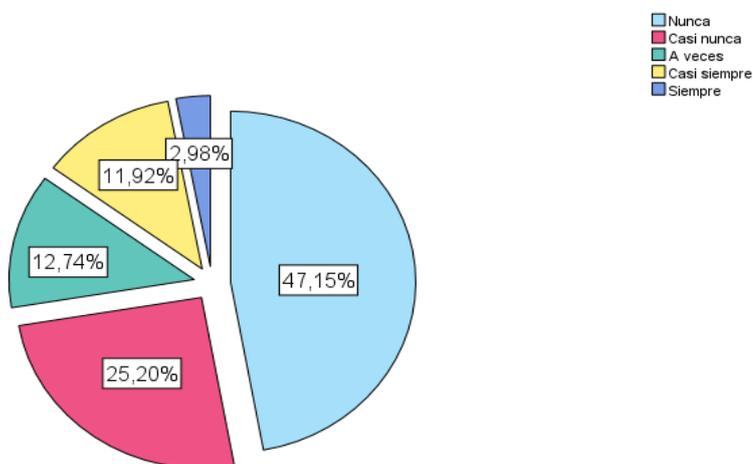
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 39.57% de los 369 encuestados dicen nunca que su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y económicos, el 19.78% afirman a veces, el 19.24% mencionan casi nunca, el 17.62% confirman casi siempre y el 3.79% afirman que siempre su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y económicos.

Tabla 28 *¿Su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	174	47,2	47,2	47,2
	Casi nunca	93	25,2	25,2	72,4
	A veces	47	12,7	12,7	85,1
	Casi siempre	44	11,9	11,9	97,0
	Siempre	11	3,0	3,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 27 *¿Su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales?*

¿Su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales?



Interpretación:

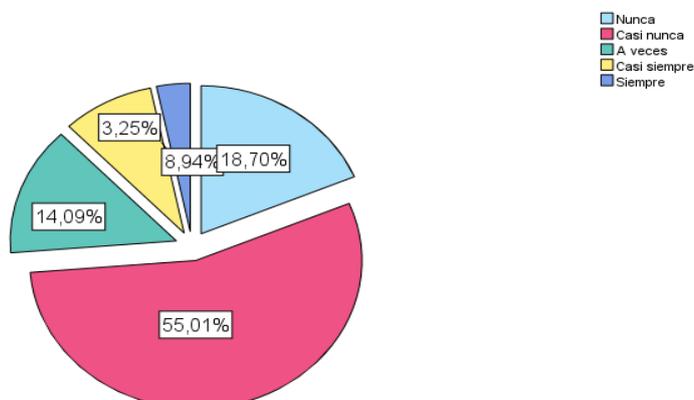
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 47.15% de los 369 encuestados dicen nunca que su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales, el 25.20% afirman casi nunca, el 12.74% mencionan a veces, el 11.92% confirman casi siempre y el 2.98% afirman que siempre su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales.

Tabla 29 ¿La zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	69	18,7	18,7	18,7
	Casi nunca	203	55,0	55,0	73,7
	A veces	52	14,1	14,1	87,8
	Casi siempre	33	8,9	8,9	96,7
	Siempre	12	3,3	3,3	100,0
Total		369	100,0	100,0	

Figura 28 ¿La zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno?

¿La zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno?



Interpretación:

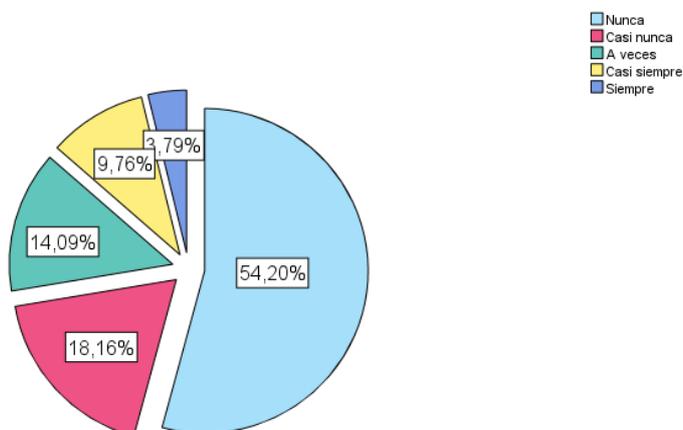
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 55.01% de los 369 encuestados dicen casi nunca que la zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno, el 18.70% afirman que nunca, el 14.09% mencionan a veces, el 8.94% confirman casi siempre y el 3.25% afirman que siempre la zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno.

Tabla 30 *¿La zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	200	54,2	54,2	54,2
	Casi nunca	67	18,2	18,2	72,4
	A veces	52	14,1	14,1	86,4
	Casi siempre	36	9,8	9,8	96,2
	Siempre	14	3,8	3,8	100,0
Total		369	100,0	100,0	

Figura 29 *¿La zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas?*

¿La zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas?



Interpretación:

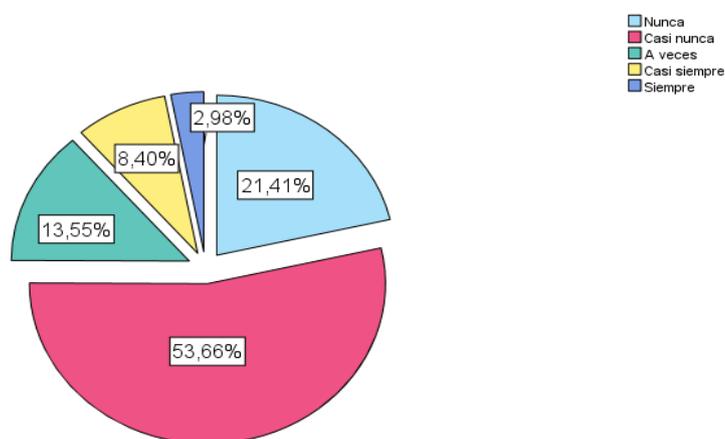
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 54.20% de los 369 encuestados dicen nunca que la zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas, el 18.16% afirman casi nunca, el 14.09% mencionan a veces, el 9.76% confirman casi siempre y el 3.79% afirman que siempre la zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas.

Tabla 31 *¿La municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	79	21,4	21,4	21,4
	Casi nunca	198	53,7	53,7	75,1
	A veces	50	13,6	13,6	88,6
	Casi siempre	31	8,4	8,4	97,0
	Siempre	11	3,0	3,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Figura 30 *¿La municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo?*

¿La municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo?



Interpretación:

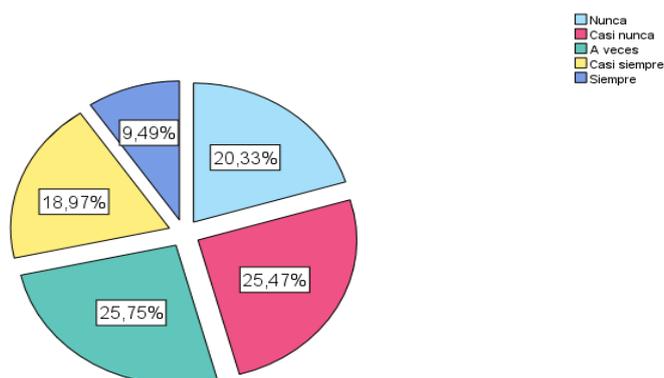
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 53.66% de los 369 encuestados dicen casi nunca que la municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo, el 21.41% afirman que nunca, el 13.55% mencionan a veces, el 8.40% confirman casi siempre y el 2.98% afirman que siempre la municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo.

Tabla 32 *¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	75	20,3	20,3	20,3
	Casi nunca	94	25,5	25,5	45,8
	A veces	95	25,7	25,7	71,5
	Casi siempre	70	19,0	19,0	90,5
	Siempre	35	9,5	9,5	100,0
	Total		369	100,0	100,0

Figura 31 *¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores?*

¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores?



Interpretación:

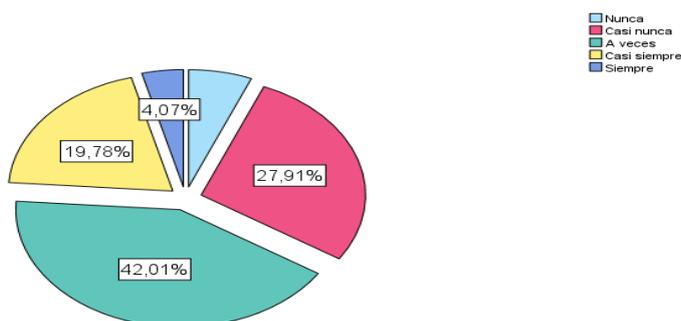
De acuerdo a los resultados estadísticos, el 25.75% de los 369 encuestados dicen a veces que la municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores, el 25.47% afirman que casi nunca, el 20.33% mencionan que nunca, el 18.97% confirman casi siempre y el 9.49% afirman que siempre la municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores.

Tabla 33 *¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	6,2	6,2	6,2
	Casi nunca	103	27,9	27,9	34,1
	A veces	155	42,0	42,0	76,2
	Casi siempre	73	19,8	19,8	95,9
	Siempre	15	4,1	4,1	100,0
Total		369	100,0	100,0	

Figura 32 *¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción?*

¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción?



Interpretación:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el 42.01% de los 369 encuestados dicen a veces que la municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción, el 27.91% afirman casi nunca, el 19.78% mencionan casi siempre el 6.20% confirman que nunca y el 4.07% afirman que siempre la municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción.

4.3. Prueba de Hipótesis

Prueba de Hipótesis General

Ho: No existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Ha: Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Tabla 34 *Correlaciones de los servicios turísticos y generación de empleo*

			SERVICIOS TURISTICOS	GENERACIÓN DE EMPLEO
Rho de Spearman	SERVICIOS TURISTICOS	Coefficiente de correlación	1,000	,488**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	369	369
	GENERACIÓ N DE EMPLEO	Coefficiente de correlación	,488**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión

Según la información estadística del Rho de Spearman, se tiene un coeficiente de correlación de 0.488 positiva moderada con un p-valor = 0.000 < 0.05, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Prueba de Hipótesis Especifica 1

Ho: No existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Ha: Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Tabla 35 *Correlaciones de los servicios turísticos y el empleo formal*

			SERVICIOS TURISTICOS	Empleo Formal
Rho de Spearman	SERVICIOS TURISTICO S	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 369	,463** ,000 369
	Empleo Formal	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,463** ,000 369	1,000 . 369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión

Según la información estadística del Rho de Spearman, se tiene un coeficiente de correlación de 0.463 positiva moderada con un p-valor = 0.000 < 0.05, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación

significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Prueba de Hipótesis Especifica 2

Ho: No existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Ha: Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Tabla 36 *Correlaciones de los servicios turísticos y el empleo informal*

			SERVICIOS TURISTICOS	Empleo Informal
Rho de Spearman	SERVICIOS TURISTICOS	Coefficiente de correlación	1,000	,369**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	369	369
Empleo Informal		Coefficiente de correlación	,369**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión

Según la información estadística del Rho de Spearman, se tiene un coeficiente de correlación de 0.369 positiva baja con un p-valor = 0.000 < 0.05, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Prueba de Hipótesis Especifica 3

Ho: No existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo impulsado en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Ha: Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo impulsado en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Tabla 37 *Correlaciones de los servicios turísticos y el empleo impulsado*

			SERVICIOS TURISTICOS	Empleo Impulsado
Rho de Spearman	SERVICIOS TURISTICOS	Coefficiente de correlación	1,000	,451**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	369	369
	Empleo Impulsado	Coefficiente de correlación	,451**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	369	369

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Conclusión

Según la información estadística del Rho de Spearman, se tiene un coeficiente de correlación de 0.451 positiva moderada con un p-valor = 0.000 < 0.05, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo impulsado en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

4.4. Discusión de Resultados

En la investigación al determinar relación entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023, se pudo encontrar que el p-valor estimado = 0.000 < p-tabular 0.05, como también un 0.488 el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, lo que nos da a entender que existe una correlación entre ambas variables de estudio. Esto nos quiere decir que los servicios turísticos como el alojamiento turístico, los servicios de restaurantes,

el transporte y agencias de viaje, la promoción de productos de artesanía y difusión de oferta turística, tienden a relacionarse con la generación de empleo, el empleo formal, empleo informal y el empleo impulsado.

Frente a estos resultados se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, donde hace referencia que existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

Estos resultados pueden ser corroborados por **Flores & Vergara, (2023)**, En relación al objetivo general, mediante el uso del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, se ha logrado manifestar de manera significativa la relación positiva entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huaraz, Áncash, Perú 2023, con un valor de 0.707. Así también **Granda & Jaen, (2021)**, la actividad turística incide de manera positiva y significativa en la generación de empleo en los hoteles de tres y cuatro estrellas en el Centro Histórico de la ciudad de Arequipa, así lo refleja un coeficiente de correlación de Spearman con un valor igual a 0.697 que muestra, además tal incidencia como moderada, por ende, si se intensifican los esfuerzos y mejora el desarrollo de la actividad turística se podría conseguir consecuentemente una mejora en la generación de empleo relacionado a estas actividades. Según **Dominguez & Flores, (2018)**, La incidencia del turismo en generación de empleo en la ciudad de Huaraz es positiva, porque el impacto directo que tiene el sector turístico en la actividad económica, como consecuencia de los encadenamientos que ésta genera, no solo beneficia a un sector en específico, como vendría ser el caso de los gestores de servicios turísticos, sino a las demás empresas que ofrecen bienes

y servicios a los establecimientos turísticos, existiendo de esta manera una creciente demanda de empleo.

En este sentido bajo lo mencionado anteriormente y al analizar estos resultados, confirmamos que los servicios turísticos generan empleo formal, informal e impulsivo, para ello el gobierno local, regional y nacional, deben promover una oferta turística con todos los servicios de calidad, acompañado con productos de artesanía de la zona.

CONCLUSIONES

1. Dando cumplimiento al objetivo general, por medio de la prueba de hipótesis general y según la información estadística del Rho de Spearman, se tiene un coeficiente de correlación de 0.488 positiva moderada con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y se concluye: Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.
2. Para el objetivo específico 1 y la hipótesis específica 1 se tiene un coeficiente de correlación de 0.463 positiva moderada con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo formal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.
3. Para el objetivo específico 2 y la hipótesis específica 2 se tiene un coeficiente de correlación de 0.369 positiva baja con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo informal en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.
4. Para el objetivo específico 3 y la hipótesis específica 3 se tiene un coeficiente de correlación de 0.451 positiva moderada con un p-valor = $0.000 < 0.05$, donde se rechaza la hipótesis nula y concluimos, Existe relación significativa entre los servicios turísticos y la generación de empleo impulsado en el distrito de Huayllay, Pasco 2023.

RECOMENDACIONES

1. Mejorar la infraestructura existente, como caminos, señalización y servicios básicos (agua, electricidad, telecomunicaciones), para hacer más accesible y cómodo el desplazamiento de los turistas. Esto no solo atraerá a más visitantes, sino que también generará empleos durante la fase de construcción y mantenimiento.
2. Implementar programas de capacitación y formación en áreas clave como atención al cliente, guía turística, idiomas extranjeros, y gestión de pequeñas empresas. Esto aumentará la empleabilidad de los residentes locales y mejorará la calidad de los servicios turísticos.
3. Desarrollar estrategias de marketing enfocadas en destacar los atractivos únicos de Huayllay, como el Bosque de Piedras, a través de campañas en redes sociales, participación en ferias turísticas y colaboraciones con agencias de viajes. Una mayor visibilidad atraerá a más turistas y, consecuentemente, generará más empleo.
4. Promover prácticas de turismo sostenible que preserven el entorno natural y cultural de Huayllay. Esto incluye la implementación de normativas y la educación a la comunidad y a los turistas sobre la importancia de la conservación del medio ambiente. El turismo sostenible puede atraer a un segmento de mercado creciente y consciente, generando empleos en áreas relacionadas con la conservación y la gestión ambiental.
5. Crear y promover nuevas actividades turísticas que diversifiquen la oferta, como rutas de senderismo, observación de aves, talleres de artesanías, y experiencias gastronómicas con productos locales. Esto no solo atraerá a diferentes tipos de turistas, sino que también abrirá nuevas oportunidades laborales para la comunidad.

6. Ofrecer incentivos fiscales y facilidades administrativas para atraer inversión privada en el sector turístico. La llegada de nuevas empresas puede crear empleos directos e indirectos, dinamizando la economía local.
7. Apoyar la formación y fortalecimiento de asociaciones y cooperativas locales que puedan gestionar proyectos turísticos de manera conjunta. La colaboración entre los habitantes puede resultar en una mejor gestión de recursos y una distribución más equitativa de los beneficios económicos del turismo.
8. Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación continua de las estrategias implementadas, para medir su efectividad y realizar los ajustes necesarios. La retroalimentación constante permitirá optimizar los esfuerzos y maximizar el impacto positivo en la generación de empleo y desarrollo turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aranda, S. (2003). La artesanía Latinoamericana como factor de desarrollo conómico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Revista Cultura y Desarrollo*, 19.
- CEUPE. (8 de mayo de 2024). *Servicios turísticos: Qué son, tipos e importancia*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html>
- Dominguez, L., & Flores, J. (2018). *El turismo y su incidencia en la generación de empleo en la ciudad de Huaraz, 2016*. Huaraz Perú: UNSAM.
- Flores, M., & Vergara, C. (2023). *Servicios turísticos y generación de empleo en el distrito de Huaraz, región Ancash, Perú 2023*. Lima Perú: UCV.
- Granda, M., & Jaen, M. (2021). *“INFLUENCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN HOTELES DE TRES Y CUATRO ESTRELLAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE AREQUIPA – 2019*. Arequipa Perú: UCSM.
- Leguizamón, M. (2016). EMPLEO FORMAL E INFORMAL EN EL SECTOR TURISTICO EN COLOMBIA. *Turismo y Sociedad*, vol. 18, pp. 179-187, 2016.
- Massa, S. (22 de febrero de 2024). *EMPLEO: EL TURISMO LIDERA LA CREACIÓN DE TRABAJO EN 2023*. Obtenido de <https://corta.com/economia/empleo-turismo-lidera-creacion-trabajo-2023-n18630>
- MINCETUR. (10 de abril de 2023). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA IDENTIFICACION, FORMULACION Y EVALUACION SOCIAL CASO: TURISMO*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/capacidades/capac_1_01/Aspectos_Conceptuales_de_Turismo_y_Mdulo_deIdentificaci.pdf

- Narvaez, M. (13 de marzo de 2023). *Métodos de investigación*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-deductivo/>
- Ñaupas , H., Mejía, E., Trujillo, R., Romero, H., Medina, W., & Ramirez, E. (2023). *Metodología de la investigación total cuantitativa, cualitativa y redacción de tesis*. Bogota Colombia: Ediciones de la U.
- Organización Mundial del Comercio, O. (8 de mayo de 2024). *Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/tourism_s/tourism_s.htm
- Organización Mundial del Turismo, O. (3 de marzo de 2018). *Glosario básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Rucci, G., & Aguerrevere, G. (27 de setiembre de 2018). *Más allá de unas vacaciones: el turismo como fuente de empleo*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/mas-alla-de-unas-vacaciones-el-turismo-como-fuente-de-empleo/>
- Ruiz, A. (2001). *Quinta conferencia interparlamentaria de minería y energía para América Latina (CIME, 2001)*. Santiago de Chile: Serie Seminarios y Conferencias, LC/L.1642-P, Comisión Económica para América Latina y el Caribe ,CEPAL, julio, Santiago de Chile. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.01.II.G.180.
- Sánchez, F., & Galeano, S. (2018). LA ARTESANÍA Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO. *revista Científica OMNES de la Universidad Columbia Del Paraguay*, ede España Volumen 1, Número 2 -1er semestre ISSN 2523-2908 .
- Sánchez y Reyes, (2021). *Metodología y diseños en la investigación científica*; Lima Perú Ed. S&R

- Sotomayor, M. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *Siembra* vol. 6, numero 1 , 001-017.
- Tuesta, D. (2022). *EMPLEO EN EL SECTOR TURISMO E INGRESO EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO TINGO AÑO 2021*. Chachapoyas Perú: UNTRMA.
- Valderrama, S. (2019). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica cuantitativa, cualitativa y mixta.
Lima Perú; Ed. San Marcos
- Vega, M. (21 de febrero de 2023). *Turismo: potencial para generar empleo*. Obtenido de El Peruano: <https://www.elperuano.pe/noticia/205074-turismo-potencial-para-generar-empleo>
- Vidal, S. (9 de agosto de 2023). *Tipos de servicios turísticos*. Obtenido de <https://www.ilerna.es/blog/tipos-servicios-turisticos>
- Wikipedia. (18 de enero de 2024). *Enciclopedia libre*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso>

ANEXOS



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUESTIONARIO



VARIABLE: SERVICIOS TURISTICOS

El cuestionario tiene la finalidad de recolectar información acerca de la **Servicios turísticos y generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023**, está dirigido a la población. Para ello se cuenta con cinco alternativas para que marque con una “X”. Gracias.

		Escala de Likert				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
V.1. SERVICIOS TURISTICOS		1	2	3	4	5
Ítems	D1. Alojamiento Turístico					
1	¿La mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros?					
2	¿La mayoría de huéspedes que recepciona el hotel son turistas nacionales?					
3	¿El promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3 a 5 días en promedio?					
4	¿Los hoteles promueve la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores?					
5	¿Usted cree que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos?					
	D2. Servicio de Restaurante					
6	¿El restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta?					
7	¿El restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles?					
8	¿El restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales?					
9	¿Considera que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio?					
	D3. Transporte y Agencias de Viaje					
10	¿Los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística?					
11	¿Los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero?					
12	¿Los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero?					
13	¿En el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos?					
	D4. Promoción de productos de Artesanía					
14	¿El distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional?					

15	¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles?					
16	¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas?					
17	¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros?					
	D5. Difusión de Oferta Turística					
18	¿El distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante?					
19	¿El distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente?					
20	¿El distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona?					
21	¿El distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos					



CUESTIONARIO
VARIABLE: GENERACION DE EMPLEO

El cuestionario tiene la finalidad de recolectar información acerca de la **Servicios turísticos y generación de empleo en el distrito de Huayllay, Pasco 2023**, está dirigido a la población. Para ello se cuenta con cinco alternativas para que marque con una “X”. Gracias.

		Escala				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
V.2. GENERACIÓN DE EMPLEO		1	2	3	4	5
Ítems	D1: Empleo Formal					
22	¿El servicio que Ud. Dirige ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento?					
23	¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica?					
24	¿En su establecimiento los trabajadores perciben un salario mínimo con comprobantes de pago como honorarios?					
25	¿Su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y económicos?					
	D2: Empleo Informal					
26	¿Su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales?					
27	¿La zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno?					
28	¿La zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas?					
	D3: Empleo Impulsado					
29	¿La municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo?					
30	¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores?					
31	¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción?					

Procedimiento de validación del instrumento con el alfa de Cronbach.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	369	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	369	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		N de elementos
	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach	
	,910	,913	31

Estadísticas de elemento

	Desviación		N
	Media	estándar	
¿La mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros?	2,80	,903	369
¿La mayoría de huéspedes que recepciona el hotel son turistas nacionales?	3,19	1,056	369
¿El promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3 a 5 días en promedio?	3,34	1,006	369
¿Los hoteles promueve la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores?	2,71	1,320	369
¿Usted cree que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos?	3,77	1,257	369
¿El restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta?	2,32	1,130	369
¿El restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles?	3,91	1,036	369
¿El restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales?	2,43	1,106	369
¿Considera que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio?	3,28	1,012	369
¿Los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística?	2,25	1,448	369
¿Los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero?	3,75	1,127	369

¿Los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero?	2,22	1,439	369
¿En el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos?	2,99	1,347	369
¿El distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional?	3,18	1,042	369
¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles?	2,33	1,341	369
¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas?	3,26	1,012	369
¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros?	2,57	1,201	369
¿El distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante?	2,47	1,406	369
¿El distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente?	2,64	1,114	369
¿El distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona?	3,80	1,367	369
¿El distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos?	3,49	1,051	369
¿El servicio que Ud. Dirige ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento?	3,37	1,099	369
¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica?	2,07	1,049	369
¿En su establecimiento los trabajadores perciben un salario mínimo con comprobantes de pago como honorarios?	1,96	1,082	369
¿Su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y económicos?	2,27	1,254	369
¿Su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales?	1,98	1,161	369
¿La zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno?	2,23	,963	369
¿La zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas?	1,91	1,187	369
¿La municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo?	2,18	,961	369
¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores?	2,72	1,250	369
¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción?	2,88	,936	369

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿La mayoría de los huéspedes que recibe el establecimiento hotelero, son turistas extranjeros?	83,45	336,390	,397	,909
¿La mayoría de huéspedes que recepciona el hotel son turistas nacionales?	83,07	335,674	,350	,909
¿El promedio de tiempo de alojamiento de los turistas son de 3 a 5 días en promedio?	82,92	331,510	,486	,907
¿Los hoteles promueve la venta de menú ejecutivo, platos a la carta y venta de licores?	83,54	328,836	,413	,909
¿Usted cree que los aspectos diferenciadores de su hotel en comparación con otros establecimientos de la zona, le trae más ingresos?	82,49	333,153	,340	,910
¿El restaurante promueve la venta de menú ejecutivo y platos a la carta?	83,94	325,350	,582	,906
¿El restaurante ofrece servicio de bar, venta de licores y cocteles?	82,35	334,581	,388	,909
¿El restaurante acostumbra atender reservas a grupos de clientes con platos especiales?	83,83	330,109	,473	,907
¿Considera que el ambiente del restaurante es acogedor y limpio?	82,98	332,187	,465	,908
¿Los establecimientos hoteleros realizan transporte de pasajeros del terminal terrestre a la zona turística?	84,01	324,785	,450	,908
¿Los huéspedes solicitan servicio de taxi al establecimiento hotelero?	82,51	332,392	,406	,908
¿Los huéspedes solicitan alquiler de vehículos al establecimiento hotelero?	84,04	322,469	,499	,907
¿En el distrito de Huayllay existen agencias de viajes que brindan paquetes turísticos?	83,27	325,284	,478	,907
¿El distrito de Huayllay promueve la venta de artesanía local y regional?	83,08	331,347	,472	,908
¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos textiles?	83,92	325,983	,466	,908

¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos de cerámicas?	83,00	334,484	,401	,909
¿El distrito de Huayllay se ofrece al turista productos en madera y otros?	83,69	323,730	,583	,906
¿El distrito de Huayllay brinda información turística sobre atractivos, rutas, destinos turísticos y empresas de servicios turísticos al visitante?	83,79	326,069	,439	,908
¿El distrito organiza eventos turísticos en la zona turística continuamente?	83,62	328,628	,507	,907
¿El distrito tiene su página web para promocionar la oferta turística de todos los recursos de la zona?	82,46	334,390	,282	,911
¿El distrito usa las redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter para compartir imágenes, videos y experiencias de viaje para promover los destinos turísticos	82,77	329,516	,517	,907
¿El servicio que Ud. Dirige ha incrementado recientemente puestos de trabajo para el servicio de alojamiento?	82,88	330,103	,477	,907
¿Se Genera empleos mediante acuerdos laborales legales en su actividad económica?	84,19	323,350	,686	,904
¿En su establecimiento los trabajadores perciben un salario mínimo con comprobantes de pago como honorarios?	84,29	324,208	,641	,905
¿Su empresa cuenta con una planilla o nómina de sus empleados que cuentan con beneficios sociales y económicos?	83,99	325,500	,514	,907
¿Su establecimiento hotelero genera empleos sin acuerdos laborales legales?	84,27	324,096	,596	,906
¿La zona turística de Huayllay cuenta con personal que sirve de guías, esparcimiento y traslado en transporte interno?	84,03	329,075	,582	,906
¿La zona turística cuenta con personal menores de edad que realizan tareas de acompañamiento a los turistas?	84,35	325,337	,551	,906
¿La municipalidad distrital de Huayllay promueve, fomenta o genera iniciativas para ofertar el turismo?	84,08	328,855	,590	,906

¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con programas de inversión turística, políticas para impulsar el empleo mediante incentivos a las microempresas para que contraten trabajadores?	83,54	327,597	,468	,908
¿La municipalidad distrital de Huayllay cuenta con financiación de proyectos de infraestructura que genera empleo en la construcción?	83,38	336,737	,371	,909
