

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ECONOMIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMIA



TESIS

EL TURISMO Y SU INFLUENCIA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO: CASO

HOTELES DE TRES ESTRELLAS EN EL CERCADO DE CUSCO, 2023

PRESENTADO POR:

Br. ROSA CUTIRE PALLARA

Br. JULIA CLORINDA AICA SANTACRUZ

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ECONOMISTA**

ASESOR:

Mgt. JOSE OROS CALDERON

CUSCO - PERÚ

2025



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor José Oros Calderón.....
..... quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesis titulada: EL TURISMO Y SU INFLUENCIA EN
LA GENERACIÓN DE EMPLEO: CASO HOTELES DE TRES
ESTRELLAS EN EL MERCADO DE CUSCO, 2023.....

Presentado por: Bach. Julia Clavinda Aica Santacruz DNI N° 73382148.....;
presentado por: Bach. Rosa Cutiva Pallara..... DNI N°: 76917764.....
Para optar el título Profesional/Grado Académico de Economista.....

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el
Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de
Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 0.9%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	☒
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	☐
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	☐

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto**
las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 18 de setiembre de 2025.....

Firma

Post firma.....José Oros Calderón.....

Nro. de DNI.....23926430.....

ORCID del Asesor.....0000-0001-6935-8551.....

Se adjunta:

- Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
- Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259499924387.....

ROSA JULIA CLORINDA CUTIRE PALLARA AICA SA...

EL TURISMO Y SU INFLUENCIA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO CASO HOTELES DE TRES ESTRELLAS EN EL CERCAD...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:499924387

Fecha de entrega

17 sep 2025, 10:16 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

17 sep 2025, 10:22 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS EL TURISMO Y SU INFLUENCIA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO CASO HOTELES DE TRES ES.....docx

Tamaño del archivo

432.7 KB

148 páginas

33.762 palabras

183.994 caracteres

9% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedico esta investigación con infinito amor y profunda gratitud a mis padres, Apolinaria Pallara Halanocca y Juan Cancio Cutire Padin, quienes, con su ejemplo de vida, esfuerzo incansable, valores y amor incondicional han sido el sostén fundamental en cada uno de mis logros. A mis queridos hermanos: Julian, Judith, Gladys, Marleny, Edwin, Rosmery, Vladimir y Ronaldo, por ser mi motivación constante, mi fortaleza en los momentos difíciles y el reflejo de unidad y cariño que siempre me inspira a seguir adelante. A mi prima María Hanco Pallara, por su compañía cercana, su afecto sincero y su apoyo inquebrantable a lo largo de este camino.

A mi familia y amigos, por estar presentes con comprensión, alegría y aliento en cada etapa de mi vida académica y personal. Gracias por creer en mí.

Tesista Bach. Rosa Cutire Pallara

Con todo mi afecto y agradecimiento, dedico esta tesis a mis padres, Jesús Aica Quispe y Sebastiana Santacruz Alcca, gracias por todo su amor, confianza y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida; ustedes son mi mayor fuerza e inspiración. A mis hermanos Marco, Nancy y Maria, por ser mi refugio en mis caídas y alegría en mis triunfos. A toda mi familia, especialmente a mis tios, Mario, Benito, Elena y Leonarda, quienes que me han brindado la motivación y el respaldo emocional para seguir adelante y nunca rendirme, recordándome que si puedo lograr cada uno de mis sueños. A mis amigos y todos los que creyeron en mí, gracias por cada consejo y momentos compartidos. Este logro es también de ustedes.

Tesista Bach. Julia Clorinda Aica Santacruz

Agradecimiento

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a Dios, fuente infinita de sabiduría y fortaleza, por acompañarnos en cada paso, iluminando nuestro camino y permitiéndonos alcanzar esta importante meta.

A nuestros queridos padres, por su amor incondicional, dedicación constante y apoyo inagotable; su ejemplo de vida ha sido fundamental para alcanzar este logro.

A la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco - UNSAAC, nuestra casa de estudios, por habernos brindado la formación académica y los recursos necesarios que hicieron posible esta investigación.

De manera especial, nuestro agradecimiento sincero a nuestro asesor, por su guía paciente, su generosidad en conocimientos, y su constante motivación durante todo el proceso investigativo.

Finalmente, a nuestros entrañables amigos, quienes, con su compañía, apoyo moral y ánimos permanentes, hicieron más liviano el esfuerzo y más felices nuestros días.

A todos ustedes, gracias por ser parte esencial de este logro.

Las tesis

Presentación

Señor Decano de la Facultad de Economía y señores miembros del jurado de la “Escuela Profesional de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco”:

En cumplimiento de lo establecido por el reglamento de grados y títulos de la Escuela Profesional de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ponemos a vuestra consideración la presente investigación titulada **“EL TURISMO Y SU INFLUENCIA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO: CASO HOTELES DE TRES ESTRELLAS EN EL CERCADO DE CUSCO, 2023”**, con la finalidad de optar al Título Profesional de Economista.

La presente investigación tiene como propósito principal determinar de qué manera el turismo se relaciona con la generación de empleo en los hoteles de tres estrellas ubicados en el Cercado del Cusco durante el año 2023. Asimismo, se analiza cómo los diferentes componentes de la actividad turística —como los atractivos, la oferta de servicios y la demanda turística— impactan en la creación de puestos de trabajo en este sector específico de la ciudad.

Este estudio se presenta también como un aporte académico y práctico para el fortalecimiento del sector turístico local, evidenciando su relevancia como motor de dinamización económica y generador de oportunidades laborales. La metodología empleada sigue los principios del método científico, combinando teoría económica, análisis estadístico y observación del contexto real, apoyándose en los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra formación profesional.

Finalmente, los resultados de esta investigación contribuirán al entendimiento y fortalecimiento del vínculo entre el turismo y el empleo formal en la ciudad del Cusco.

Las tesisistas.

Introducción

El turismo constituye una de las actividades económicas más dinámicas a nivel mundial, con un alto potencial para la generación de empleo e ingresos, especialmente en regiones con fuerte valor histórico, cultural y natural. En el contexto peruano, y particularmente en el departamento del Cusco, esta actividad representa un pilar fundamental para la economía local, dado que moviliza a millones de visitantes nacionales y extranjeros cada año, atraídos por su riqueza patrimonial, entre la que destaca la ciudadela inca de Machu Picchu. Esta afluencia de turistas genera una demanda creciente de servicios de hospedaje, alimentación, transporte y recreación, consolidando al turismo como un sector estratégico en la generación de empleo formal e informal.

La presente investigación se centra en analizar la relación del turismo con la generación de empleo en los hoteles de tres estrellas ubicados en el Cercado del Cusco, durante el año 2023. Esta categoría hotelera ha adquirido especial relevancia en el mercado turístico cusqueño, debido a que ofrece un equilibrio entre precio y calidad, siendo una de las opciones más demandadas por turistas nacionales e internacionales. A través de este estudio se busca conocer cómo el comportamiento del flujo turístico impacta en la creación de puestos de trabajo dentro de estos establecimientos, así como en su estabilidad, formalidad y sostenibilidad.

Según cifras del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2022), Cusco se posiciona como el segundo destino más visitado del Perú, generando múltiples oportunidades de empleo directo e indirecto en sectores vinculados al turismo. No obstante, a pesar del crecimiento sostenido en la llegada de turistas, existen desafíos persistentes como la estacionalidad, la rotación del personal, la informalidad laboral y la falta de profesionalización en el sector. Estos factores

exigen un análisis más profundo sobre la relación entre el turismo y el mercado laboral en el sector hotelero, particularmente en el segmento de tres estrellas.

Por tanto, esta investigación no solo pretende identificar la relación del turismo con el empleo en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco, sino también servir como una base referencial para gestores públicos, empresarios hoteleros y entidades formadoras, con el fin de diseñar estrategias que permitan mejorar las condiciones laborales, promover la contratación formal y potenciar el desarrollo turístico de la región.

La presente investigación está organizada en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Planteamiento del problema

Se expone el problema de investigación a través de un enfoque deductivo, iniciando con el contexto internacional del turismo, seguido del análisis nacional y culminando con la realidad local en el Cercado del Cusco. Se definen la formulación del problema, los objetivos de estudio, la justificación de la investigación y su delimitación contextual y temporal.

Capítulo II: Marco teórico de la investigación

Se desarrolla un marco teórico que incluye antecedentes empíricos a nivel internacional, nacional y local, así como las bases teóricas y el marco conceptual que sustentan el análisis de las variables “turismo” y “generación de empleo”.

Capítulo III: Hipótesis y variables

Se identifican las variables principales del estudio dependiente e independiente, junto con sus dimensiones e indicadores. Se plantea la hipótesis de investigación que busca explicar la relación entre el turismo y el empleo en los hoteles seleccionados.

Capítulo IV: Diseño metodológico de la investigación

Se describe el enfoque metodológico, el tipo y nivel de investigación, la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección y análisis de los datos, conforme a la metodología propuesta por Hernández et al. (2014).

Capítulo V: Resultados y discusión de la investigación

Se presentan los resultados obtenidos mediante el trabajo de campo, los cuales son analizados estadísticamente y contrastados con antecedentes empíricos relevantes. Posteriormente, se desarrolla una discusión interpretativa con base en la literatura revisada y el contexto real del Cusco.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar de qué manera el turismo se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023, el cual se desarrolló a 80 hoteles de tres estrellas, con un diseño de investigación no experimental, de corte transversal, de alcance descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo, asimismo, para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta la cual fue procesada en el software SPSS 27, donde se arribó a los siguientes resultados: Se concluye que el turismo se relaciona de forma positiva y estadísticamente significativa con la generación de empleo en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco durante 2023, dato respaldado por un coeficiente de Spearman de 0.721 y un nivel de significancia de $p = 0.000$. Este vínculo se refleja en que 54.5 % de los encuestados percibe el turismo en un nivel “alto” y 16.7 % en “muy alto”, mientras que, paralelamente, 53.0 % considera la creación de puestos de trabajo como “alta” y 13.6 % como “muy alta”; en otras palabras, 71.2 % atribuye al turismo un impacto elevado y 66.6 % reconoce que dicho impulso se traduce en oportunidades laborales concretas. Así, el crecimiento sostenido de la actividad turística se posiciona como motor esencial de dinamización laboral y bienestar económico para la población local.

Palabras claves: Turismo, Generación de empleo, Demanda turística, Oferta turística.

Abstract

The main objective of this research was to determine how tourism is related to employment generation: the case of three-star hotels in the Cercado del Cusco, 2023, which was developed for 80 three-star hotels with a non-experimental research design, cross-sectional, descriptive correlational scope, quantitative approach, also, for the collection of information the survey technique was used which was processed in the SPSS 27 software, where the following results were arrived at: It is concluded that tourism is a positively and statistically significantly related to employment generation in three-star hotels in the Cercado del Cusco during 2023, supported by a Spearman coefficient of 0.721 and a significance level of $p = 0.000$. This link is reflected in the fact that 54.5 % of the respondents perceive tourism as 'high' and 16.7 % as 'very high', while, in parallel, 53.0 % consider job creation as 'high' and 13.6 % as 'very high'; in other words, 71.2 % attribute a high impact to tourism and 66.6 % recognise that this boost translates into concrete job opportunities. Thus, the sustained growth of tourism activity is positioned as an essential driver of job dynamisation and economic well-being for the local population.

Keywords: Tourism, employment generation, tourist attractions, tourist demand, tourist supply, tourist attractions.

ÍNDICE

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Presentación	iii
Introducción	iv
Resumen	vii
Abstract	viii
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema de investigación	1
1.2. Formulación del problema de investigación.....	7
1.2.1. Problema general	7
1.2.2. Problemas específicos	7
1.3. Justificación.....	8
1.3.1. Relevancia social	8
1.3.2. Implicancias practicas	8
1.3.3. Valor teórico.....	9
1.3.4. Utilidad metodológica	9
1.3.5. Viabilidad o factibilidad	10

1.4. Objetivos de la investigación.....	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos.....	10
CAPITULO II	11
MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes de la investigación.....	11
2.1.1. Antecedentes Internacionales	11
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	14
2.1.3. Antecedentes Locales	18
2.2. Bases teóricas	20
2.3. Marco conceptual	44
2.4 Hipótesis de estudio.....	46
2.4.1 Hipótesis General	46
2.4.2 Hipótesis específicas.	47
2.5 Variables de estudio	47
2.5.1 Variables.....	47
2.6 Operacionalización de variables.....	48
CAPITULO III	49
DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN.....	49

3.1	Alcance de Investigación.....	49
3.2	Enfoque de la investigación	49
3.3	Diseño de la Investigación.....	50
3.4	Población y muestra de la investigación	51
3.4.1	Descripción de la población	51
3.4.2	Selección de la Muestra.....	52
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
3.5.1	Técnicas de recolección de datos	53
3.5.2	Diseño de instrumentos	54
3.6	Procesamiento y análisis de datos	55
3.6.1	Validez de instrumentos	55
CAPITULO IV		57
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		57
4.1.	Presentación de resultados.....	57
4.2.	Resultado por Objetivos	102
Conclusiones		112
Recomendaciones.....		114
Bibliografía.....		116
ANEXOS.....		120

MATRIZ DE CONSISTENCIA	121
------------------------------	-----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Gasto por turista según el tipo de turista.....</i>	33
Tabla 2. <i>Participación entre turistas extranjeros</i>	34
Tabla 3. <i>Diferencia entre la Oferta y Demanda Turística</i>	35
Tabla 4. <i>Comparación de la Oferta y Demanda Turística 2019 – 2025.....</i>	36
Tabla 5. <i>Operacionalización de variables</i>	48
Tabla 6. <i>Población de estudio</i>	52
Tabla 7. <i>Prueba de confiabilidad de Cronbach</i>	57
Tabla 8. <i>Años de constitución de la empresa</i>	57
Tabla 9. <i>¿Qué tipo de empresa es, según el tamaño de empresa?</i>	58
Tabla 10. <i>Ingresos totales mensuales</i>	59
Tabla 11. <i>¿Qué canales de comercialización generan sus principales ingresos?</i>	60
Tabla 12. <i>¿Cuántos empleos directos ha generado su empresa en el último año gracias al turismo?</i>	61
Tabla 13. <i>¿Cuántos trabajadores de su personal está contratado de manera permanente?</i>	62
Tabla 14. <i>¿Cuántos empleos indirectos (proveedores, transportistas, etc.) ha generado su empresa en el último año?</i>	63

Tabla 15.	<i>¿Qué porcentaje de los empleos indirectos dependen directamente del turismo?</i>	63
Tabla 16.	<i>¿Cuántos de sus empleados temporales trabajan en función de la demanda turística?</i>	64
Tabla 17.	<i>¿Cuántos de sus empleados son temporales en temporadas altas de turismo?</i>	65
Tabla 18.	<i>¿Qué porcentaje de su utilidad bruta depende de los ingresos generados por el turismo nacional?</i>	66
Tabla 19.	<i>¿Qué porcentaje de su utilidad bruta depende de los ingresos generados por el turismo internacional?</i>	67
Tabla 20.	<i>¿Cómo ha variado la utilidad bruta en los últimos 2 años debido al turismo?</i>	67
Tabla 21.	<i>¿Qué porcentaje de la utilidad neta de su empresa proviene de actividades turísticas?</i>	68
Tabla 22.	<i>¿Cómo ha afectado el crecimiento del turismo a la utilidad neta de su empresa en los últimos años?</i>	69
Tabla 23.	<i>¿Cuál es el motivo o razón por la visita de sus clientes?</i>	69
Tabla 24.	<i>¿Cuál de los motivos considera usted que ha aumentado su demanda en los últimos 2 años?</i>	70
Tabla 25.	<i>¿Cómo considera Ud. que es el servicio de alojamiento que brinda la ciudad del Cusco?</i>	71
Tabla 26.	<i>¿Cómo considera Ud. que es el servicio de alojamiento ha variado en los últimos 2 años en la ciudad del Cusco?</i>	72

Tabla 27.	<i>¿Qué porcentaje de sus clientes proviene del extranjero?</i>	72
Tabla 28.	<i>¿Cómo ha cambiado la demanda internacional en su negocio en los últimos años?.....</i>	73
Tabla 29.	<i>¿De qué parte considera Ud. que provienen más sus clientes internacionales?</i>	73
Tabla 30.	<i>¿Qué porcentaje de sus clientes provienen de otras regiones del Perú?</i>	74
Tabla 31.	<i>¿De qué regiones considera Ud. que provienen más sus clientes nacionales?</i>	75
Tabla 32.	<i>¿Cómo ha cambiado la demanda nacional en su negocio en los últimos años?</i>	75
Tabla 33.	<i>El crecimiento del turismo en el Cercado del Cusco ha incrementado los empleos directos en mi empresa.</i>	76
Tabla 34.	<i>Los empleos directos generados por el turismo han mejorado las condiciones de vida de los empleados en mi empresa.</i>	76
Tabla 35.	<i>El turismo ha impulsado la generación de empleos indirectos (proveedores, transportistas) en mi empresa.</i>	77
Tabla 36.	<i>Los empleos indirectos vinculados al turismo han tenido un impacto positivo en la estabilidad económica de mi empresa.</i>	78
Tabla 37.	<i>El turismo estacional ha generado una mayor demanda de empleos temporales en mi empresa.</i>	79
Tabla 38.	<i>La contratación temporal en mi empresa ha aumentado en función del crecimiento del turismo en el Cercado del Cusco.</i>	80
Tabla 39.	<i>El incremento del turismo ha impactado positivamente en la utilidad bruta de mi empresa.</i>	80

Tabla 40. <i>La utilidad bruta de mi empresa ha crecido proporcionalmente al aumento del flujo turístico en el Cercado del Cusco.</i>	81
Tabla 41. <i>El turismo ha incrementado significativamente la utilidad neta de mi empresa.</i>	82
Tabla 42. <i>Las ganancias netas de mi empresa han mejorado debido al desarrollo turístico</i>	82
Tabla 43. <i>Los atractivos de ocio y recreación han diversificado la oferta turística de mi empresa.</i>	83
Tabla 44. <i>El turismo cultural es uno de los factores principales que atrae turistas hacia el Cercado del Cusco.</i>	84
Tabla 45. <i>Los turistas que visitan el Cercado del Cusco tienen una alta demanda por servicios de turismo de aventura.</i>	85
Tabla 46. <i>Los turistas valoran cada vez más las experiencias vinculadas al ecoturismo en mi empresa.</i>	85
Tabla 47. <i>La formalización del turismo ha mejorado la calidad del servicio de alojamiento ofrecido por mi empresa.</i>	86
Tabla 48. <i>La demanda de alojamiento en mi empresa ha crecido gracias al turismo en el Cercado del Cusco.</i>	87
Tabla 49. <i>La presencia de turistas internacionales ha incrementado</i>	87
Tabla 50. <i>Los turistas internacionales valoran los servicios de mi empresa debido a la oferta turística del Cercado del Cusco.</i>	88

Tabla 51.	<i>El crecimiento del turismo ha aumentado la demanda de servicios entre los turistas nacionales en mi empresa.</i>	89
Tabla 52.	<i>Empleos Directos</i>	89
Tabla 53.	<i>Empleos Indirectos</i>	90
Tabla 54.	<i>Empleos Temporales</i>	91
Tabla 55.	<i>Utilidad Bruta</i>	91
Tabla 56.	<i>Dimensión Social</i>	92
Tabla 57.	<i>Utilidad Neta</i>	93
Tabla 58.	<i>Dimensión Económica</i>	93
Tabla 59.	<i>Variable Generación de Empleo</i>	94
Tabla 60.	<i>Ocio y Recreación</i>	95
Tabla 61.	<i>Turismo Cultural</i>	95
Tabla 62.	<i>Turismo de Aventura</i>	96
Tabla 63.	<i>Turismo de naturaleza</i>	97
Tabla 64.	<i>Atractivos turísticos</i>	97
Tabla 65.	<i>Alojamiento</i>	98
Tabla 66.	<i>Oferta de servicios turísticos</i>	99
Tabla 67.	<i>Demanda internacional</i>	99
Tabla 68.	<i>Demanda Nacional</i>	100

Tabla 69.	<i>Demanda de servicios turísticos</i>	101
Tabla 70.	<i>Turismo.....</i>	101
Tabla 71.	<i>Pruebas de normalidad</i>	102
Tabla 72.	<i>Objetivo General</i>	103
Tabla 73.	<i>Objetivo específico 01</i>	104
Tabla 74.	<i>Objetivo específico 02</i>	105
Tabla 75.	<i>Objetivo específico 03</i>	106

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Planteamiento del problema de investigación

El turismo en América Latina ha sido un motor significativo para la generación de empleo y la obtención de utilidades en la región. Sin embargo, se ha ido enfrentando a diferentes barreras que limitaron su normal crecimiento y desarrollo, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto devastador en el turismo global, afectando la generación de empleo y utilidades en todo el mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), las llegadas de turistas internacionales cayeron un 74% en 2020, lo que resultó en una pérdida de 1.3 billones de dólares en ingresos por exportaciones del turismo (OMT, 2021). Este descenso sin precedentes llevó a la pérdida de millones de empleos en el sector turístico, afectando a trabajadores en hoteles, restaurantes, agencias de viajes y aerolíneas. La disminución de la demanda de servicios turísticos también tuvo un efecto en cadena, afectando a las economías locales que dependen del turismo. Sin embargo, antes de estos sucesos, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2019, América Latina recibió aproximadamente 115 millones de turistas internacionales, lo que representa un crecimiento sostenido en la última década (OMT, 2020). Este flujo de visitantes ha permitido el desarrollo de diversas actividades económicas locales, desde la creación de empleos directos en hoteles y restaurantes hasta puestos indirectos en el transporte y la artesanía. Asimismo, la oferta de servicios turísticos ha experimentado una expansión significativa para satisfacer esta creciente demanda. Por ejemplo, en 2019, México contaba con más de 23,699 hoteles registrados, lo que representa un aumento del 3.09% respecto al año anterior (CICOTUR, 2020). Este crecimiento en la infraestructura hotelera se ha reflejado en un

incremento de oportunidades laborales en el sector. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el turismo en México generó cerca de 2.3 millones de empleos directos en 2018 (CEPAL, 2019). Esta diversificación y mejora en la oferta de servicios no solo mejoran la experiencia del turista, sino que también incrementan las utilidades económicas locales. Asimismo, la demanda de servicios turísticos en la región también ha mostrado una tendencia al alza, impulsada por la recuperación económica global y el aumento de la conectividad aérea. Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), el gasto de los turistas internacionales en América Latina alcanzó los 65.5 mil millones de dólares en 2019, lo que representó un aumento del 3.3% con respecto al año anterior (WTTC, 2020). Este incremento en la demanda ha llevado a un mayor dinamismo económico, beneficiando tanto a grandes cadenas hoteleras como a pequeños emprendimientos locales. Sin embargo, a pesar de los beneficios económicos, la industria turística enfrenta desafíos que pueden limitar su crecimiento a largo plazo. La falta de infraestructura adecuada en algunas zonas, la dependencia excesiva del turismo en ciertos países y la vulnerabilidad a factores externos como pandemias o desastres naturales son cuestiones que requieren atención. Además, es crucial que el desarrollo turístico se realice de manera sostenible para evitar el deterioro de los atractivos naturales que son la base de esta industria.

En el ámbito nacional, el turismo en el Perú desempeña un papel fundamental en la generación de empleo, dado su rico patrimonio cultural y natural de sus regiones, lo que le permitió desarrollar diferentes actividades económicas, en torno a sus recursos turísticos. Sin embargo, la pandemia COVID 19 tuvo un impacto severo en el sector turístico, especialmente en términos de generación de empleo y utilidades. Según el Ministerio de Comercio Exterior

y Turismo (MINCETUR), el número de llegadas de turistas internacionales en Perú disminuyó en un 75% en 2020 en comparación con 2019 (MINCETUR, 2020). Esta caída provocó la pérdida de aproximadamente 1 millón de empleos directos e indirectos en el sector turístico. El gasto de los turistas internacionales también se redujo drásticamente, afectando la economía nacional que depende en gran medida del turismo. La reducción en la demanda de servicios turísticos ha llevado a muchos negocios locales a la quiebra, exacerbando la crisis económica en el país. Por otro lado, antes de este suceso, Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2019), Perú recibía 4.4 millones de turistas internacionales en 2019, lo que representa un crecimiento del 1.7% respecto al año anterior. Este flujo constante de visitantes ha fomentaba la creación de nuevos empleos directos e indirectos, contribuyendo significativamente a la economía local. En cuanto, a la oferta de servicios turísticos, en 2019, el país contaba con más de 20,000 establecimientos de hospedaje, un aumento del 5% en comparación con el año anterior (MINCETUR, 2019). Este incremento en la infraestructura turística ha generado aproximadamente 1.4 millones de empleos directos e indirectos en el sector, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020). La expansión de la oferta de servicios no solo mejora la experiencia de los turistas, sino que también incrementa las utilidades económicas en diversas regiones del país, favoreciendo tanto a grandes operadores turísticos como a pequeños negocios locales. Y en cuanto a la demanda de servicios turísticos, la tendencia era positiva en los últimos años, impulsada por la promoción internacional y la mejora en la conectividad aérea. El gasto de los turistas internacionales alcanzó los 5,209 millones de dólares en 2019, lo que representa un incremento del 2.3% en comparación con el año anterior (Banco Central de Reserva del Perú, 2020). Este crecimiento en la demanda dinamiza

la economía peruana, beneficiando no solo a los grandes centros turísticos, sino también a las comunidades rurales y a los proveedores de servicios locales. Sin embargo, el sector turístico en Perú enfrenta varios desafíos desde su recuperación, que podrían limitar su capacidad para generar empleo sostenible y utilidades a largo plazo. Entre estos desafíos se encuentran la falta de infraestructura adecuada en algunas regiones, la necesidad de diversificar los destinos turísticos para evitar la saturación de sus principales recursos turísticos, y la vulnerabilidad a factores externos como la pandemia de COVID-19.

En este mismo sentido, el turismo en la región del Cusco es una de las principales fuentes de empleo debido a sus notables atractivos turísticos, el cual no ha sido indiferente a las consecuencias suscitadas por la pandemia COVID 19, La región del Cusco, siendo uno de los principales destinos turísticos del Perú, sufrió enormemente por la pandemia de COVID-19. En 2020, las visitas a Machu Picchu cayeron en más del 80% en comparación con el año anterior (MINCETUR, 2020). Esto resultó en una pérdida significativa de ingresos y empleos en la región, donde el turismo es una fuente crucial de sustento. La oferta de servicios turísticos, incluyendo hoteles, restaurantes y guías turísticos, se vio gravemente afectada. Según la Cámara de Comercio de Cusco, alrededor del 70% de los negocios relacionados con el turismo cerraron temporalmente o redujeron su personal debido a la baja demanda (Cámara de Comercio de Cusco, 2021). La reducción de la demanda de servicios turísticos ha tenido un impacto devastador en la economía local, subrayando la necesidad de estrategias de recuperación y diversificación económica para el futuro. No obstante, Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2019), Machu Picchu recibió 1.5 millones de visitantes en 2019, consolidándose como uno de los sitios arqueológicos más visitados de América del Sur. Este flujo de turistas generó una significativa cantidad de empleos directos

en sectores como la hotelería, guías turísticos y transporte, además de empleos indirectos en comercio y servicios auxiliares. La oferta de servicios turísticos en la región creció para satisfacer la demanda de estos visitantes. En 2019, la región contaba con aproximadamente 2,300 establecimientos de hospedaje, un aumento del 6% respecto al año anterior, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020). Este crecimiento en la infraestructura hotelera ha contribuido a la generación de aproximadamente 130,000 empleos directos en el sector turístico, incluyendo hoteles, restaurantes y agencias de viajes (MINCETUR, 2019). La expansión de estos servicios no solo mejora la experiencia de los turistas, sino que también incrementa las utilidades económicas en la región, beneficiando a las comunidades locales. Asimismo, la demanda de servicios turísticos en Cusco generó un gasto de los turistas internacionales alrededor a 1,200 millones de dólares, lo que significó, un aumento del 4% en comparación con el año anterior (Banco Central de Reserva del Perú, 2020). Este incremento en la demanda dinamizó incentivo a generar nuevos empleos y aumentar la renta per cápita de los habitantes, sin embargo, la recuperación después de la pandemia, ha sido una constante en la ecuación. Asimismo, el turismo en Cusco enfrenta varios desafíos que pueden limitar su capacidad para generar empleo sostenible y utilidades a largo plazo.

En tal sentido, la ciudad del Cusco, en los últimos años, la capacidad del sector turístico para generar empleo ha disminuido notablemente. Puesto que, durante el año 2020, la región del Cusco experimentó una fuerte crisis en su estructura laboral, alcanzando una tasa de desempleo de hasta el 28 %, situación que afectó de manera significativa a los sectores vinculados al turismo, el comercio y la gastronomía (Ccahuana Huanaco, 2024). Esta tendencia negativa se mantuvo en los años posteriores, pues en 2023, el empleo en

alojamiento para visitantes en el Perú registró solo 64,007 personas, lo que evidenció una disminución del 4 % respecto al año anterior. Asimismo, la producción de agencias de viaje y operadores turísticos presentó una caída del 8.6 % en el mismo periodo. Cabe destacar que, en 2019, el turismo representaba aproximadamente el 14 % del Producto Bruto Interno (PBI) regional del Cusco; no obstante, para el año 2023, dicho sector apenas había logrado recuperar el 69.2 % de los niveles prepandemia, reflejando una pérdida acumulada del 30.8 %, lo cual evidencia que la capacidad del sector turístico para generar empleo continúa limitada y en proceso de recuperación (COMEXPERÚ, 2024). En este sentido, como se aprecia líneas arriba, durante la pandemia, muchos trabajadores del sector turismo perdieron sus empleos y no todos han podido reincorporarse debido a la lenta recuperación de la industria. La falta de capacitación continua y de oportunidades laborales estables son problemas persistentes que afectan la calidad del empleo en el sector turístico, asimismo, la infraestructura turística del cercado del Cusco ha mostrado signos de saturación, con una capacidad hotelera que frecuentemente no puede satisfacer la demanda durante la temporada alta. Además, hay una falta de diversificación en la oferta de servicios turísticos, lo que limita las opciones disponibles para los visitantes y puede disminuir su interés en regresar. La pandemia de COVID-19 exacerbó estas debilidades al provocar el cierre temporal o permanente de muchos negocios turísticos, reduciendo aún más la capacidad de oferta, mientras, por otra parte, la demanda turística ha sido volátil debido a factores externos como la pandemia y las fluctuaciones económicas globales. En 2023, aunque se observa una recuperación gradual, la demanda aún no ha alcanzado los niveles previos a la pandemia. La falta de promoción internacional efectiva y la percepción de riesgos sanitarios también han afectado negativamente la afluencia de turistas, lo que presenta una lenta

recuperación de la demanda turística, con un incremento gradual en la ocupación hotelera y la reactivación de negocios turísticos. Sin embargo, la generación de empleo puede permanecer estancada o crecer de manera muy limitada debido a la cautela de los empresarios ante la incertidumbre económica, siendo esto reflejado en una reducción del PBI per cápita de la población, y una tasa de empleo muy baja, motivo por el cual la presente investigación se enmarca en determinar de qué manera el turismo se relaciona con la generación de empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023, a partir de un análisis en cuanto a la oferta y demanda turística para mitigar o prevenir los efectos negativos y potenciar los positivos a partir del desarrollo de la investigación, motivo por el cual se plantearon las siguientes interrogantes:

1.2. Formulación del problema de investigación

1.2.1. Problema general

- ¿De qué manera el turismo se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera los atractivos turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023?
- ¿De qué manera la oferta de servicios turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023?
- ¿De qué manera la demanda de servicios turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023?

1.3. Justificación

1.3.1. Relevancia social

La presente investigación, beneficiará ampliamente a diversos grupos dentro de la comunidad Cusqueña. Principalmente, proporcionará información valiosa a los responsables de políticas públicas y a las autoridades locales, ayudándoles a diseñar estrategias y políticas más efectivas para fomentar el turismo y maximizar su impacto positivo en la economía local. Los empresarios y trabajadores del sector turístico, incluyendo hoteles, restaurantes, guías turísticos y comerciantes, se beneficiarán al entender mejor las dinámicas de oferta y demanda, lo cual les permitirá ajustar sus operaciones y servicios para aumentar su competitividad y sostenibilidad. Además, la generación de empleo directo e indirecto beneficiará a la población en general, mejorando la calidad de vida y reduciendo el desempleo y la pobreza en la región, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico del cercado del Cusco, promoviendo un crecimiento inclusivo y sostenible.

1.3.2. Implicancias prácticas

La presente investigación, abordará problemas críticos como el desempleo y la ineficiencia en la distribución de recursos turísticos. Al analizar detalladamente la relación entre la oferta y la demanda turística y su impacto en la creación de empleo, la investigación proporcionará datos y estrategias para optimizar la gestión turística. Esto permitirá a los empresarios y autoridades locales identificar áreas con potencial de crecimiento, ajustar sus servicios a las demandas del mercado y crear políticas que fomenten el empleo sostenible. Además, resolverá la falta de información precisa y actualizada que dificulta la planificación y toma de decisiones en el sector turístico, ayudando a mejorar la calidad del empleo y a maximizar los beneficios económicos para la comunidad local.

1.3.3. Valor teórico

La presente investigación, aportará significativamente al cuerpo teórico existente sobre economía del turismo y desarrollo regional. Al contrastar teorías clásicas y contemporáneas sobre la relación entre oferta y demanda turística y su impacto en la creación de empleo, esta investigación validará o refutará estos conceptos en el contexto específico de Cusco. Asimismo, llenará vacíos teóricos relacionados con la dinámica de generación de empleo en destinos turísticos emergentes y maduros, proporcionando un marco analítico que puede ser aplicado a otros destinos con características similares. Este estudio contribuirá a un entendimiento más profundo de cómo el turismo puede ser un motor de desarrollo económico y social, ofreciendo nuevos conocimientos sobre la optimización de recursos turísticos para maximizar su impacto positivo en la economía local y regional.

1.3.4. Utilidad metodológica

La investigación de estudio, está alineado al método científico, el cual aportará una valiosa guía metodológica al emplear un enfoque cuantitativo con alcance correlacional y diseño no experimental. Partiendo de una muestra representativa de actores del sector turístico, esta metodología integrará técnicas cuantitativas, como encuestas estructuradas y análisis estadísticos de información relevante de los grupos focales. Este enfoque permitirá captar tanto la magnitud de las relaciones entre variables como la profundidad de las percepciones y experiencias de los participantes. La triangulación de datos garantizará la validez y fiabilidad de los resultados, alineándose rigurosamente con el método científico. La nueva guía metodológica resultante proporcionará un modelo replicable y adaptable para futuras investigaciones en contextos similares, facilitando el estudio de la interacción entre oferta y demanda turística y su impacto en la generación de empleo en diferentes entornos.

1.3.5. Viabilidad o factibilidad

La presente investigación, es viable y factible porque existe suficiente información teórica, bibliográfica que sustente el problema de investigación. Además, se cuenta con la disponibilidad de recursos económicos y financieros, así como a los permisos necesarios. Los recursos económicos están asegurados mediante un presupuesto detallado que cubre todos los aspectos del proyecto, incluyendo la recolección de datos, análisis estadístico y publicación de resultados. Además, se cuenta con el personal capacitado y las herramientas tecnológicas adecuadas para llevar a cabo el estudio. Estos factores combinados aseguran la factibilidad del proyecto y su capacidad para generar resultados significativos y útiles para el desarrollo del turismo en Cusco.

1.4.Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

- Determinar de qué manera el turismo se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera los atractivos turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023
- Determinar de qué manera la oferta de servicios turísticos se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023
- Determinar de qué manera la demanda de servicios turísticos se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Reinoso et al. (2025), en su investigación titulada “Turismo y empleo en Ecuador: una evaluación del impacto en el mercado laboral”, tuvo como objetivo evaluar la contribución del turismo al empleo en Ecuador, analizando tanto el volumen como la calidad del empleo generado, las implicaciones de la pandemia de COVID-19 y las desigualdades de género en el sector. La metodología se basó en un enfoque mixto, utilizando datos secundarios del INEC, el Banco Central del Ecuador y el Ministerio de Turismo, complementados con encuestas a empleadores y trabajadores del sector turístico, además de entrevistas semiestructuradas con expertos. Se aplicaron técnicas estadísticas como análisis de regresión, correlación y pruebas t de Student, procesadas con los softwares SPSS y R, para identificar las relaciones entre la llegada de turistas y el nivel de empleo, así como para evaluar la calidad laboral. La población considerada fue la fuerza laboral vinculada al sector turístico en el país, mientras que la muestra estuvo constituida por datos estadísticos oficiales y encuestas representativas. En sus resultados, identifican que entre 2010 y 2016 el turismo generó un crecimiento sostenido del empleo, alcanzando alrededor de 520,000 puestos, aunque la cifra descendió a 480,000 en 2020 por la pandemia. Para 2022, el sector mostró resiliencia al recuperarse hasta 560,000 empleos. Además, se evidenció que provincias como Guayas (30%) y Pichincha (25%) concentraron la mayor contribución del turismo al empleo, mientras que Napo registró la más baja con 10%. También se resaltó la precarización laboral, con predominio de contratos temporales y parciales, así como desigualdades de género, donde las mujeres presentan menores ingresos y

barreras para acceder a cargos de liderazgo. Los autores concluyen que el turismo ecuatoriano es un pilar económico clave, pero requiere políticas públicas que impulsen la diversificación, la digitalización, la capacitación laboral y la equidad de género para consolidar un crecimiento sostenible e inclusivo

Rosales (2021) en la tesis titulada “Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el periodo 2007-2018”, tuvo como objetivo principal fue analizar la relación de causalidad entre el turismo y el crecimiento económico en Ecuador durante el periodo 2007-2018, empleando datos anuales, asimismo dentro de la metodología se empleó un modelo para investigar la posible existencia de una doble causalidad entre crecimiento económico y turismo. La estrategia empírica se centró en la hipótesis del crecimiento económico liderado por el turismo, analizando si el crecimiento de la industria turística influye positivamente en el crecimiento de la economía nacional, y si a su vez, el crecimiento de la economía nacional impacta positivamente en el crecimiento del turismo en el contexto ecuatoriano, finalmente se concluyó que los cambios en el Producto Interno Bruto (PIB) real de Ecuador tienen un impacto positivo en el turismo, evidenciando una relación unidireccional donde el crecimiento económico nacional influye en el crecimiento del turismo, especialmente en la llegada de visitantes turísticos. Se resalta que, a largo plazo, el crecimiento económico incide en el aumento de turistas. Aunque la relación observada es mayormente unidireccional, con el crecimiento económico impulsando el turismo, se reconoce que, en Ecuador, el crecimiento turístico es resultado de una estrategia de crecimiento económico. Esto indica que el sector turístico se beneficia positivamente del crecimiento económico nacional.

González et al. (2023) en el artículo de investigación titulada “El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico”, tuvieron como objetivo conocer el turismo

como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico, asimismo la metodología aplicada fue descriptiva con enfoque documental, finalmente se concluyó que el turismo global desempeña un rol vital en el desarrollo socioeconómico y político de muchos países, satisfaciendo aspiraciones personales y económicas tanto de comunidades locales como de visitantes. Como la tercera industria de exportación más grande a nivel mundial, después de los combustibles y productos químicos, el turismo exhibe un crecimiento internacional que supera la media de las exportaciones globales. Aunque existe una relación a largo plazo entre el turismo receptivo y el crecimiento económico, la sostenibilidad se ha convertido en una preocupación esencial, integrando consideraciones económicas, ambientales y sociales para evitar la degradación ambiental y preservar la identidad cultural en destinos turísticos sensibles. Se argumenta que políticas equilibradas pueden impulsar tanto el crecimiento económico como el turismo internacional, siempre que se priorice la sostenibilidad con un enfoque en la ecología, economía y equidad social.

Jiménez y Parra (2019) en su tesis titulada “El turismo como motor de la economía colombiana” tuvo como objetivo identificar las oportunidades en Colombia en áreas como la política, infraestructura, tecnología, finanzas y el posconflicto para convertir al turismo en un motor económico del país, asimismo la metodología aplicada fue cualitativa y cuantitativa técnica entrevistas a través de grupos focales, finalmente se concluyó que Colombia puede convertir el turismo en un pilar de su economía, con el apoyo crucial del gobierno nacional y el aprovechamiento de nuevas tecnologías. El gobierno debe fomentar la expansión del turismo, asegurar estabilidad política y económica para atraer inversionistas, y promover el país como un destino accesible debido a su moneda devaluada. Las tecnologías, como plataformas de economía colaborativa, deben ser utilizadas para mejorar la experiencia turística y simplificar

trámites, combatiendo la informalidad. Es vital un crecimiento turístico organizado para proteger los recursos naturales y evitar problemas sociales. Además, fortalecer la marca país es esencial para atraer turismo, inversiones y exportaciones, incrementando el desarrollo sostenible y mejorando la imagen de Colombia a nivel mundial.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Granda & Jaen, (2021) en su tesis titulada “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”, tuvo como propósito determinar el grado en que la actividad turística incidía en la creación de empleo en el sector hotelero local. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y nivel correlacional. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, aplicada a gerentes y administradores de 34 hoteles de tres y cuatro estrellas del centro histórico de Arequipa. La variable independiente fue la actividad turística (transporte, alojamiento, restauración, intermediación y promoción), mientras que la dependiente fue la generación de empleo, analizada en sus dimensiones de empleo directo, indirecto e impulsado. Determinó que la actividad turística incide de manera positiva y significativa en la generación de empleo, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.697, lo cual representa una relación moderada. Se halló que el empleo directo presenta una relación significativa ($r = 0.642$; $p < 0.001$), aunque en niveles bajos en un 52.94% de los casos. El empleo indirecto, por su parte, se ubicó en un nivel medio en el 97.06% de los hoteles, con una correlación positiva de 0.433. En cuanto al empleo impulsado, la mayoría (52.94%) lo consideró bajo, pero se identificó una correlación significativa de 0.700. Estos resultados muestran que, aunque la actividad turística sí genera dinamismo laboral, existen limitaciones

en áreas como la promoción y las actividades complementarias, lo que implica la necesidad de intensificar los esfuerzos de desarrollo turístico para ampliar el impacto en el empleo.

Ruiz (2015) en la investigación titulada “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”, tuvo como objetivo determinar la relación entre la actividad turística y la generación de empleo en dichos distritos. El estudio fue de tipo aplicado con un diseño no experimental, enfoque cuantitativo y un alcance correlacional; utilizando como técnica la recopilación documental y entrevistas a administradores de hoteles y restaurantes. Para el análisis se elaboró un modelo econométrico que considero como variables la evolución de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada en hoteles y restaurantes, el flujo de turistas y el número de hoteles y restaurantes. La población considerada fue el total de la PEA vinculada al sector, mientras que la muestra se basó en los datos estadísticos disponibles en el período de análisis. Así, los resultados del modelo planteado dieron un $R^2 = 0.929848$, lo que evidenció que las variables en estudio si explican el modelo y ademas indica una relación directa y positiva entre la actividad turística y la generación de empleo . Asimismo, se constató que la PEA en hoteles y restaurantes creció un 0.44 %, el flujo de turistas aumento en 100% y el numero de hoteles y restaurantes en 97%. Estos hallazgos demuestra que, el crecimiento del turismo durante el periodo de estudio, tuvo un impacto positivo en la creación de empleo formal en hoteles y restaurantes de los distritos estudiados.

Chanzapa (2023) en la tesis titulada “Factores turísticos determinantes en el crecimiento económico de la región Ancash, 2005 –2019” tuvo como objetivo la identificación de los factores turísticos que fueron determinantes y que influyen en el crecimiento económico de la región Ancash, 2005-2019, asimismo la metodología aplicada fue de tipo causal, de diseño no

experimental y transversal, método hipotético deductivo y la población y muestra fueron el conjunto de visitantes locales, nacionales e internacionales, asimismo la población existente en las instalaciones turísticas, concluyéndose que la investigación respalda la importancia del turismo como un factor clave para el crecimiento económico de la región Ancash, destacando la relevancia de la llegada de turistas extranjeros en este proceso, asimismo se confirmó que ciertos factores turísticos determinantes tienen un impacto positivo en el crecimiento económico de la región Ancash en el período estudiado. Se destacó específicamente que la llegada de turistas extranjeros es el principal factor influyente en el Producto Bruto Interno (PBI) de Ancash. Aunque la cantidad de visitantes a los recursos turísticos y la Población Económicamente Activa (PEA) turística no mostraron una relevancia significativa individualmente, se reconoce su contribución al panorama general del crecimiento económico. Los resultados del análisis de regresión lineal múltiple revelaron un alto nivel de significancia, con un R^2 ajustado de 0.906, indicando que las variables independientes explican de manera efectiva el comportamiento del PBI de Ancash.

Reyes (2022) en su tesis titulada “Ecoturismo y desarrollo sostenible en el distrito de Puyusca, Provincia de Parinacochas, Departamento de Ayacucho – 2020” cuyo objetivo fue investigar si hubo una conexión entre el ecoturismo y el desarrollo sostenible en el Distrito de Puyusca, Provincia de Parinacochas, del departamento de Ayacucho, asimismo la metodología fue de tipo básico, enfoque cuantitativo, no experimental, transeccional, correlacional, finalmente se concluyó que hubo una relación directa, fuerte y significativa entre el ecoturismo y el desarrollo sostenible ($Rho = 0.713^{**}$), así como relaciones directas, moderadas y significativas entre el desarrollo económico ($Rho = 0.492^{**}$), social ($Rho = 0.579^{**}$), cultural ($Rho = 0.595^{**}$) y

ambiental ($Rho = 0.514^{**}$) con el desarrollo sostenible en el Distrito de Puyusca, Provincia de Parinacochas, Departamento de Ayacucho en 2020.

Ramos (2023) en su tesis titulada “Turismo y crecimiento económico regional: 2011 – 2019, Moquegua 2022” tuvo como objetivo principal evaluar el grado de relación entre el turismo y el crecimiento económico regional en Moquegua durante el período de 2011 a 2019, asimismo la metodología fue de nivel básico, tipo cuantitativa y transversal, diseño no experimental, descriptivo-correlacional y la población y muestreo consistió en los datos estadísticos de las variables Turismo y PBI regional en Moquegua, recolectados durante un periodo de 9 años, de 2011 a 2019, finalmente la investigación concluyó que, según la prueba de hipótesis Rho de Spearman, existe una relación positiva media y significativa entre el turismo y el crecimiento económico regional en Moquegua durante el periodo de 2011 a 2019. Específicamente, se encontró una relación positiva media y significativa entre el turismo interno o nacional y el crecimiento económico regional en el mismo periodo. Sin embargo, los resultados indicaron que no existe una relación significativa entre el turismo receptivo o externo y el crecimiento económico regional, ya que el valor de significancia de 0,187 es mayor al nivel de error aceptado de 0,05.

Arce & Ñaupary (2019) en su tesis titulada “El sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco 2010 – 2018” tuvo como objetivo es analizar y detallar cómo la planificación estratégica en el turismo, las inversiones tanto privadas como públicas, y la falta de educación turística contribuyen a la informalidad en el turismo a nivel nacional y regional, asimismo la metodología fue de tipo aplicada, documental y cuantitativa, cualitativa y nivel descriptivo, método inductivo, la población y muestra son todas las personas que se relacionan con el turismo, asimismo las técnicas e instrumentos la observación finalmente se concluyó que a

pesar de contar con el CEPLAN, el Estado no ha implementado eficazmente los Planes Estratégicos en los gobiernos regionales y el MINCETUR, causando desorganización y corrupción. El aumento de turistas internacionales y divisas depende del esfuerzo de los funcionarios del MINCETUR. La inversión privada en turismo es escasa, excepto en zonas bien desarrolladas como Machu Picchu, mientras que en lugares como Pasco no existe inversión a pesar de su potencial. Se necesita inversión pública para promover productos turísticos y mejorar la infraestructura, lo que está relacionado con el desarrollo turístico. La falta de educación y cultura turística resulta en maltrato a los turistas y la informalidad es un problema generalizado en el sector turístico y otros aspectos de la vida en el país.

2.1.3. Antecedentes Locales

Carrasco & Torres (2019) en su tesis titulada “El impacto del turismo rural comunitario en el desarrollo económico del centro poblado de Chacán, distrito de Anta, provincia de Anta, región Cusco 2014 – 2018” tuvo como objetivo determinar los factores que influyen en el impacto del turismo rural comunitario en el desarrollo económico del centro poblado de Chacán, asimismo la metodología fue de tipo descriptivo, correlacional, el enfoque fue cuantitativo, diseño no experimental, alcance fue correlacional, explicativa, la población fueron los integrantes del centro poblado de Chacán y la muestra fueron 1912 pobladores, la técnica fue la encuesta, finalmente se concluyó que el turismo rural comunitario ha sido fundamental para el desarrollo económico en Chacán, con un aumento del 30% en los ingresos de los pobladores. Este crecimiento económico del 25% ha sido impulsado por la cultura local, los recursos naturales y el estilo de vida comunitario. Se destaca que el 80% del progreso económico se debe a las habilidades emprendedoras e innovadoras de los habitantes. A pesar de la cancelación de reuniones con asociaciones turísticas, se logró recopilar datos con un alto nivel de correlación

del 90%. Se recomienda utilizar esta tesis, con un nivel de significancia del 95%, como referencia para futuras investigaciones en la Universidad Andina del Cusco y como base para la implementación de nuevos proyectos por parte de entidades gubernamentales y empresas, tanto públicas como privadas.

Borda & Yampi (2021) en la tesis titulada “Impacto económico de la actividad turística en los hogares de la provincia de Canchis, período 2008-2019” tuvo como objetivo determinar cómo la actividad turística ha afectado económicamente a la provincia de Canchis en el lapso de 2008 a 2019, asimismo la metodología fue de enfoque cuantitativo, diseño cuasi no experimental, alcance explicativo, la técnica fue la encuesta, finalmente se concluyó que la actividad turística ha tenido un impacto positivo en los ingresos y el empleo de los hogares en la provincia de Canchis entre 2008 y 2019. Este aumento en los ingresos se atribuye principalmente a la transición de actividades agrícolas a turísticas, así como al incremento en las ventas de artesanías y tejidos, mayores ingresos en el sector hotelero y un aumento en el empleo en el sector transporte. Según los resultados de la tabla 17, el turismo ha incrementado los ingresos de los hogares en Canchis en un promedio de 3807.32 soles anuales durante este periodo, equivalente a un aumento mensual de 317 soles, siendo este efecto estadísticamente significativo al 5%. Además, se ha observado un aumento de 3.4 horas semanales en las horas trabajadas por los hogares, lo que equivale a 163 horas adicionales de trabajo al año, con un efecto también significativo al 5%. Estos hallazgos respaldan la hipótesis general de que la actividad turística ha sido beneficiosa para el desarrollo económico local en Canchis.

2.2.Bases teóricas

Teoría del Turismo

El turismo de acuerdo con García et al. (2024) se caracteriza como una actividad económica y social que involucra el traslado de individuos de un sitio a otro con el propósito de recreación, descanso, exploración cultural, bienestar, negocios u otros propósitos. Esta práctica ejerce una influencia notable en la economía de las naciones al fomentar la creación de empleo, la generación de ingresos y el impulso al desarrollo socioeconómico en escalas locales, regionales y nacionales.

El turismo según Condori & Flores (2023) es una industria en constante expansión que juega un papel vital en la economía global. Los proveedores de servicios turísticos son fundamentales en la cadena productiva del sector, ofreciendo diversos servicios esenciales para la satisfacción de los viajeros y estructurando la infraestructura turística de los destinos. Internacionalmente, el turismo es una de las principales fuentes económicas, contribuyendo significativamente al PIB, generando empleo e ingresos, y enriqueciendo la vida cultural. Además, el crecimiento del turismo impulsa la inversión en infraestructura y servicios, promoviendo el desarrollo económico. El turismo genera empleo directo e indirecto, mejora la calidad de vida de las comunidades locales y fomenta la actividad empresarial, especialmente para las pequeñas y medianas empresas.

La definición de turismo como generador de empleo, ingresos y desarrollo regional coincide con la realidad observada en el Cercado del Cusco, donde los hoteles de tres estrellas constituyen un eslabón clave en la cadena de servicios turísticos. Al considerar que el turismo no solo impulsa la economía global, sino que también fortalece las capacidades locales mediante la generación de empleo directo e indirecto, esta perspectiva respalda la importancia de analizar cómo dicha

actividad ha influido específicamente en la dinámica laboral de estos establecimientos durante el 2023, especialmente tras un periodo de recuperación económica postpandemia.

Por otro lado, Peña (2020) menciona las ventajas y desventajas del turismo:

Ventajas del turismo:

- La integración de las familias: El turismo facilita el diálogo, la interacción y el esparcimiento dentro del núcleo familiar, promoviendo momentos de convivencia.
- Aprovechamiento y explotación de los recursos naturales: Se utilizan los recursos naturales para ofrecer nuevas opciones a los turistas, siempre considerando la capacidad de carga del lugar para evitar su degradación.
- Seguridad: Los programas implementados por el gobierno han mejorado significativamente la seguridad, permitiendo que los turistas se sientan más protegidos durante sus viajes, ya sea por vía terrestre, aérea o marítima.
- Conservación de lugares históricos y turísticos: Se trabaja en la preservación y mejora de sitios históricos y turísticos, con el objetivo de mantener la historia accesible tanto para los turistas como para la comunidad local.
- Creación de nuevas infraestructuras: En cualquier lugar que se desee convertir en destino turístico, es fundamental desarrollar y mejorar las infraestructuras para proporcionar un excelente servicio.
- Generación de empleos: Las grandes inversiones en proyectos turísticos benefician a muchas personas al crear nuevas oportunidades de empleo.
- Desarrollo de nuevas tecnologías: Con el constante avance tecnológico, es esencial mantenerse actualizado con las nuevas herramientas para mejorar la experiencia turística.

La generación de empleo, mencionada como una de las principales ventajas, constituye el eje central del estudio, ya que los hoteles de tres estrellas forman parte del sistema de prestación de servicios turísticos que activa la contratación de personal en diversas áreas. Además, aspectos como la creación de infraestructura, el aprovechamiento sostenible de recursos naturales, la conservación del patrimonio y la implementación de tecnologías innovadoras también son factores que contribuyen indirectamente al fortalecimiento del empleo en el sector. Estos elementos, al integrarse en la realidad turística del Cercado del Cusco, respaldan la importancia de evaluar cómo dichas ventajas se traducen en oportunidades laborales reales y sostenibles para la población local.

Desventajas del turismo:

- Pérdida cultural de las comunidades: La transformación de un lugar o comunidad debido al turismo puede afectar sus costumbres y tradiciones, llevando a una notable pérdida cultural.
- Deficiente cobertura de transporte: Durante la temporada alta, el transporte terrestre, aéreo y marítimo es inadecuado, provocando congestión y retrasos para los turistas.
- Contaminación medioambiental: El mal uso por parte de turistas y administradores está dañando el medio ambiente, afectando lugares naturales y especies.

La pérdida cultural puede generar tensiones entre la comunidad local y el sector turístico, afectando la identidad del destino y, en consecuencia, su atractivo a largo plazo. Asimismo, la deficiente cobertura de transporte durante temporadas altas puede limitar el flujo de turistas, reduciendo la demanda de servicios hoteleros y afectando la estabilidad del empleo en estos establecimientos. Finalmente, la contaminación medioambiental no solo perjudica los recursos naturales, base del atractivo turístico de Cusco, sino que también pone en riesgo la continuidad de las actividades económicas vinculadas al turismo, como la hotelería, evidenciando la necesidad de promover un

desarrollo turístico equilibrado que garantice la conservación ambiental y la permanencia del empleo.

Elementos del Turismo

El turismo se explica a partir de cuatro elementos fundamentales que permiten comprender su dinámica. Estos son el turista, los recursos turísticos, la infraestructura y la superestructura. Cada uno cumple un rol específico dentro del sistema turístico.

I. Turista

El turista es el actor central del turismo. Se entiende como la persona que se desplaza de su lugar de residencia habitual hacia otro destino con fines de ocio, recreación, negocios o cultura sin ejercer actividades remuneradas en el lugar visitado. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) señala que el turista es el generador de la demanda turística y sus motivaciones y comportamientos determinan la estructura de la oferta. En este sentido, se convierte en el eje que da sentido a la actividad turística (Cooper et al., 2007).

II. Recursos Turísticos

Los recursos turísticos son los atractivos que motivan el desplazamiento de los visitantes. Se dividen en naturales y culturales. Los naturales abarcan montañas, ríos, lagos, fauna y flora mientras que los culturales incluyen patrimonio histórico, tradiciones, gastronomía y manifestaciones artísticas. Según Vera Rebollo et al. (2011), los recursos constituyen la base de la oferta turística y requieren estrategias de gestión que aseguren su conservación. De este modo, se convierten en la razón principal por la cual un destino es escogido.

III. Infraestructura

La infraestructura corresponde al soporte físico que facilita la llegada y permanencia de los turistas. Incluye sistemas de transporte como carreteras, aeropuertos o estaciones, además de alojamientos como hoteles y hostales. También se consideran los servicios básicos como telecomunicaciones, salud y restaurantes. Beni (2001) explica que la infraestructura condiciona la accesibilidad y la competitividad de los destinos y que su desarrollo es esencial para garantizar la calidad de la experiencia turística.

IV. Superestructura

La superestructura está formada por el marco institucional y normativo que regula la actividad turística. Está compuesta por políticas públicas, instituciones de gobierno, organismos privados y normativas que buscan ordenar y promover el sector. Según Boullón (2006), la superestructura cumple un rol de coordinación entre la oferta y la demanda, asegurando que el turismo se desarrolle de manera sostenible y organizada. De esta forma, se convierte en el pilar que da soporte a la planificación y gestión del turismo.

Recursos turísticos:

Los recursos turísticos de acuerdo con Lujan (2023) son componentes que motivan y fomentan el crecimiento de un área geográfica, ayudando a posicionar una cultura ante el mundo. Asimismo, es necesario seleccionar, categorizar e incorporar estos recursos de manera actualizada para maximizar su potencial turístico. Por otro lado, menciona que los recursos turísticos son elementos naturales, arqueológicos, y expresiones históricas tanto materiales como inmateriales, que forman la base del producto turístico. Estos recursos, que pueden ser naturales o culturales, atraen visitantes a territorios organizados y transforman estos espacios en destinos turísticos.

Además, son esenciales para el desarrollo del turismo y actúan como el cimiento de la actividad turística, centralizando la curiosidad de los viajeros. Es importante implementar políticas de gestión ambiental para preservar estos recursos y construir un modelo sostenible de turismo que beneficie tanto a los visitantes como a las localidades. En Perú, los recursos turísticos están organizados en el inventario nacional de recursos turísticos y en inventarios regionales gestionados por los gobiernos regionales, lo que permite una coordinación eficaz con los gobiernos locales para optimizar la gestión de estos recursos.

Efectos económicos del turismo

García et al. (2024) menciona que los efectos o impactos económicos del turismo abarcan:

- Generación de empleo: El turismo abre oportunidades laborales en sectores como hotelería, gastronomía, transporte y guías turísticos, ayudando a disminuir el desempleo y mejorar el nivel de vida local.
- Aumento de ingresos: El turismo aporta ingresos significativos a la economía a través del gasto en alojamiento, alimentación, transporte, souvenirs y actividades recreativas, estimulando el crecimiento de negocios y servicios relacionados.
- Desarrollo de infraestructuras: El turismo impulsa la inversión en infraestructuras como hoteles, aeropuertos, carreteras y servicios públicos, beneficiando tanto a los visitantes como a la comunidad local al mejorar las condiciones de vida.
- Diversificación económica: El turismo puede servir como una vía para diversificar la economía de un país, reduciendo la dependencia de sectores tradicionales y creando nuevas oportunidades de ingresos y negocios.

Atractivos turísticos

De acuerdo con Navarro (2015) los atractivos turísticos son elementos naturales, culturales o creados por el ser humano que, al combinarse con los recursos turísticos, tienen la capacidad de provocar desplazamientos hacia destinos turísticos específicos. Estos atractivos son los principales motivadores que incitan a los turistas a elegir un lugar para visitar, satisfaciendo así las motivaciones primordiales de sus viajes. Asimismo, se destacan como elementos que captan la atención de los visitantes y se integran dentro de los recursos turísticos ofrecidos en un destino.

Por otro lado Navarro (2015), menciona que algunas de las divisiones de los atractivos turísticos incluyen:

- Atractivos singulares: Aquellos elementos únicos y distintivos que destacan por su rareza o belleza excepcional.
- Atractivos clonados: Elementos replicados o imitados en diferentes lugares para atraer turistas, como megaestatuas o réplicas de monumentos famosos.
- Atractivos que forman parte de un macropProducto: Elementos que, combinados entre sí, contribuyen a la creación de un producto turístico más amplio.
- Atractivos franquiciados: Elementos turísticos asociados a marcas reconocidas que atraen a los visitantes.

En primer lugar, los recursos turísticos —naturales, culturales y arqueológicos— conforman la base sobre la cual se construye el producto turístico, siendo estos los elementos que motivan el desplazamiento de visitantes hacia destinos como Cusco, y que justifican la existencia de establecimientos hoteleros. Asimismo, los atractivos turísticos, en sus diversas categorías, actúan como detonantes de la demanda turística, incrementando la necesidad de servicios de alojamiento

y fortaleciendo, en consecuencia, la generación de empleo en hoteles de tres estrellas. Por otro lado, los efectos económicos positivos del turismo, como la generación de empleo, el aumento de ingresos y el desarrollo de infraestructuras, confirman la relevancia de este sector en la dinamización del mercado laboral local. Estos elementos, al ser analizados en el contexto del Cercado del Cusco, permiten comprender cómo la presencia y gestión de recursos y atractivos turísticos contribuyen significativamente al empleo y al desarrollo sostenible de la actividad hotelera.

Sistema turístico

Del mismo modo, el turismo siendo una actividad compleja y multifacética que resulta de la interacción de diversos factores. Para entender esta actividad de manera integral, es fundamental abordarla desde una perspectiva sistémica, que considera un conjunto de elementos interrelacionados y dinámicos. Este enfoque permite comprender mejor cómo se desarrollan las actividades turísticas y cómo influyen diferentes componentes.

De acuerdo con Navarro (2024) el sistema turístico se describe como el conjunto de elementos interrelacionados que conforman la actividad turística y que cambian de forma dinámica. Estos elementos esenciales comprenden:

- La demanda: Compuesta por los consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.
- La oferta: Formada por los productos, servicios y organizaciones que participan activamente en la experiencia turística.
- El espacio geográfico: El lugar físico donde se encuentra la oferta y la demanda. También incluye a la población local, que, aunque no es un elemento turístico en sí, desempeña un

papel fundamental en la cohesión o fragmentación del entorno turístico, según cómo se integre en la planificación del turismo.

- Los operadores del mercado: Empresas y organismos cuyo principal objetivo es facilitar la interacción entre la oferta y la demanda. Esto incluye agencias de viajes, compañías de transporte y organismos públicos y privados que organizan y promueven el turismo.

Oferta de servicios turísticos

La oferta turística de acuerdo con Naranjo & Martínez (2022) engloba la variedad de servicios, productos y recursos que un destino turístico dispone para satisfacer las necesidades y preferencias de los visitantes durante su estadía. Este conjunto abarca desde atracciones turísticas, actividades recreativas, alojamientos, restaurantes, transporte, hasta servicios complementarios. Su propósito es brindar una experiencia única y gratificante a los turistas, diferenciándose y resaltando entre otros destinos. La oferta turística es esencial para el crecimiento y la competitividad de un destino, dado que influye en la elección de los viajeros al seleccionar dónde disfrutar sus vacaciones.

Hoteles Tres Estrellas

Un hotel es un establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte de este, completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Para ser categorizado en cualquiera de las categorías (desde una hasta cinco estrellas), debe cumplir con los requisitos específicos establecidos en el Anexo N° 1 del Reglamento. Asimismo, los requisitos mínimos que deben cumplir los hoteles para obtener la clasificación de tres estrellas se encuentran detallados en ese mismo Anexo N° 1. En general, incluyen:

Infraestructura mínima: deben contar con al menos 20 habitaciones Equipamiento, servicios y personal: se exige una dotación adecuada, aunque el reglamento menciona que el personal calificado y uniformado es obligatorio en las categorías de tres, cuatro y cinco estrellas.

Marco Normativo y Clasificación

El Decreto Supremo N° 001-2015-MINCETUR establece el reglamento regulador de los establecimientos de hospedaje en el país, incluyendo la clasificación y categorización por estrellas, Según el reglamento, los hoteles se clasifican entre una y cinco estrellas, y los requisitos específicos para cada nivel están en distintos anexos según el tipo de alojamiento (hotel, apart-hotel, hostel, albergue)

Para los hoteles 3 estrellas, se deben cumplir los requisitos especificados en el Anexo 1 del reglamento:

Requisitos para Hoteles 3 Estrellas

1. Infraestructura

El hotel debe cumplir con la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Reglamento Nacional de Edificaciones.

2. Equipamiento mínimo obligatorio

En el anexo correspondiente se exige que el hotel ofrezca al menos:

- Custodia de valores (ya sea caja fuerte individual en cada habitación o una común)
- Internet disponible
- Televisor en cada habitación
- Teléfono con comunicación nacional e internacional
- Todos estos elementos son obligatorios para hoteles 3 estrellas

3. Servicios mínimos obligatorios

El hotel debe garantizar:

- Limpieza diaria de habitaciones y zonas comunes
- Servicio de lavado y planchado, que puede ser propio o a través de terceros
- Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis
- Custodia de equipaje
- Primeros auxilios, mediante botiquín según especificaciones del Ministerio de Salud
- Cambio de sábanas y toallas de manera regular o cuando lo solicite el huésped

4. Personal

Debe contar con:

- Personal calificado
- Personal uniformado las 24 horas

Clasificación de empresas según su tamaño

En el Perú, según (MEF, 2024), las empresas según su tamaño se clasifican de acuerdo a sus ventas anuales, así se tiene las siguientes categorías empresariales:

1. Microempresa: Esta categoría comprende a las empresas que tienen ventas anuales hasta 150 UIT.
2. Pequeña empresa: Incluye a las empresas con ventas anuales entre 150 UIT y 1,700 UIT.
3. Mediana empresa: Corresponde a las empresas que registran ventas anuales superiores a 1,700 UIT y no mayores a 2,300 UIT.
4. Gran empresa: Agrupa a las empresas cuyas ventas anuales exceden los 2,300 UIT.

Demanda de servicios turísticos

La demanda turística según Naranjo & Martínez (2022) está influenciada por las características de los turistas, la oferta turística y el coste del desplazamiento. Se destaca que esta demanda no sigue un patrón sistemático basado en variables como el comportamiento, la ubicación geográfica, el perfil socioeconómico, entre otros, que son clave para segmentar el mercado turístico y guiar estudios generales. Por otro lado, la oferta turística se enfoca en las necesidades reales de los clientes al identificar y seleccionar recursos turísticos que puedan atraer visitantes, siendo fundamental para una planificación segura y la definición de qué recursos se convertirán en atractivos turísticos.

El sistema turístico, entendido como la interacción coordinada entre demanda, oferta, espacio geográfico y operadores del mercado, explica cómo se configura el entorno en el que los hoteles operan y generan oportunidades de empleo. En este sentido, la oferta de servicios turísticos que incluye alojamientos, actividades y servicios complementarios, constituye un factor determinante en la capacidad de los hoteles para atraer visitantes, lo cual a su vez incide en la necesidad de contratar personal para cubrir la demanda. De manera paralela, el comportamiento de la demanda turística, condicionado por las motivaciones, perfil socioeconómico y preferencias de los viajeros, define el volumen y tipo de servicios requeridos, generando una respuesta desde la oferta que se traduce en más o menos empleo en el sector. Esta base teórica permite comprender con mayor profundidad cómo los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco forman parte de un sistema interdependiente que condiciona y es condicionado por la generación de empleo turístico.

Flujo turístico

De acuerdo con Infante (2021) El flujo turístico se refiere al desplazamiento de personas desde un lugar de origen hacia un destino. Este fenómeno ha ocurrido desde la antigüedad, con viajes motivados por razones religiosas, educativas y culturales. En el siglo XIX, con la creación de la primera agencia de viajes, el flujo turístico se formalizó, comenzando con viajes religiosos apoyados por el sistema ferroviario. La creciente demanda llevó a la organización de excursiones para grupos específicos, como estudiantes de colegios y universidades, inicialmente a nivel nacional. Con el tiempo, se desarrollaron itinerarios que conectaban diferentes países. A lo largo de la historia, el estudio de estos movimientos masivos de personas ha evolucionado y se ha incorporado al concepto más amplio de demanda turística. Asimismo, de acuerdo con Vélez et al. (2023) el flujo turístico se divide principalmente en dos categorías:

- Flujo nacional: se refiere a la circulación de turistas dentro de las fronteras del mismo país.
- Flujo internacional: abarca los desplazamientos de turistas que visitan países distintos al suyo.

Gasto del turista

El gasto medio de los turistas según Zubizarreta (2019) es la cantidad promedio de dinero que cada turista gasta por día durante su estancia en un destino turístico específico. Este indicador es crucial para entender el impacto económico del turismo en una región o país, así como para analizar los hábitos de gasto de los visitantes según diferentes variables como la procedencia, la edad y el sexo. Además, proporciona información valiosa para que las autoridades y empresas del sector tomen decisiones estratégicas orientadas a mejorar la experiencia del turista y maximizar los beneficios económicos del turismo.

Por otro lado, el turismo, debido a sus vínculos con diversos sectores y su capacidad para generar empleo directo e indirecto, se presenta como un elemento crucial para la recuperación económica y del empleo. Esta característica convierte al turismo en un sector clave que demanda una estrecha coordinación entre los sectores gubernamental, empresarial y laboral.

El flujo turístico, tanto nacional como internacional, determina el volumen de visitantes que arriban al destino, lo cual influye directamente en la ocupación hotelera y, por ende, en la necesidad de personal en los hoteles de tres estrellas. Cusco, al ser un destino de importancia cultural e histórica, se ve beneficiado por estos desplazamientos, que históricamente han evolucionado desde lo religioso hasta lo recreativo. Por otro lado, el gasto promedio del turista se convierte en un indicador fundamental para estimar el impacto económico del turismo en la región. Cuanto mayor es el gasto, mayores son los ingresos generados, lo que incentiva la mejora de los servicios y la contratación de más trabajadores para satisfacer la demanda. Esta correlación directa entre el comportamiento del turista, su poder adquisitivo y la dinámica del empleo hotelero reafirma el papel estratégico del turismo como impulsor económico en el Cercado del Cusco.

Gasto por turista según el tipo de turista

***Tabla 1.** Gasto por turista según el tipo de turista*

Tipo de turista		Indicador	Último año disponible	Valor
Turista (receptivo)	extranjero	Gasto promedio por turista (US\$ por viaje)	2024	US\$ 1 417
Vacacionista (turismo interno)	nacional	Gasto promedio por viaje (S/ por viaje)	2023	S/ 643

Nota: Según Mincetur (2025)

Participación entre turistas extranjeros

El PTE 2024 muestra la categoría de hospedaje preferida por el turista extranjero, comparando la cobertura del año 2019 el cual fue un 35%, para el año 2024 aumento a 39%.

Al aplicar la participación de los arribos internacionales anuales reportados por MINCETUR, se obtiene una estimación del número de turistas extranjeros que eligieron hoteles 3 estrellas:

***Tabla 2.** Participación entre turistas extranjeros*

Año	Llegadas de turistas internacionales	% que usa hotel de tres estrellas	Estimación de turistas en hotel de 3 estrellas
2019	4 370 000	35%	≈ 1 530 000
2024	3 256 693	39%	≈ 1 270 000

Nota: Según Mincetur (2025)

Tabla 3. *Diferencia entre la Oferta y Demanda Turística*

Criterio	Oferta Turística	Demanda Turística
Definición	Conjunto de bienes, servicios y recursos puestos a disposición de los visitantes (atractivos, infraestructura, equipamiento y servicios).	Conjunto de personas que viajan y requieren servicios turísticos para satisfacer necesidades de ocio, cultura, negocios o recreación.
Elemento central	Productos y servicios (alojamiento, transporte, gastronomía, recreación, guías, etc.).	Turistas y visitantes que desean consumir los productos y servicios turísticos.
Perspectiva	Desde el ofertante : lo que empresas, comunidades o destinos brindan.	Desde el consumidor : lo que turistas buscan, exigen y valoran en un destino.
Variables clave	- Calidad de atractivos disponible - Infraestructura - Inversión y promoción - Capacidad de carga del destino	- Número de turistas - Nivel de ingresos - Motivaciones de viaje - Preferencias culturales y sociales
Carácter	Es activa : se planifica, se organiza y se ofrece en el mercado.	Es reactiva : depende de factores externos como ingresos, tiempo libre, precios, moda o tendencias.
Ejemplo	Oferta hotelera de 3 estrellas en Cusco, rutas turísticas, museos, agencias de viajes.	Turistas nacionales y extranjeros que visitan Cusco demandando hospedaje, tours y gastronomía.

Nota: Según Mincetur (2025)

Comparación de la Oferta y Demanda Turística 2019 – 2025

Tabla 4. Comparación de la Oferta y Demanda Turística 2019 – 2025

Año/Periodo	Demanda Turística	Oferta Turística
2019	~2.7 millones de turistas.	Infraestructura aérea existente (Velasco Astete), oferta turística estable.
2020–2022	Caída dramática debido a la pandemia (no detallado aquí).	Mismo aeropuerto; oferta reducida temporalmente.
2024	Boletos Cusco Tourist Ticket: 1.126.650 (↑ 5.7 % vs 2019).	Mayor promoción y mejoras en servicios turísticos y acceso.
Ene–feb 2025	Aeropuerto: 681 000 pasajeros (↑ 23.4 % vs 2019). Machu Picchu: 191 000 visitantes (↓ 4.9 %).	Oferta turística en recuperación, aunque Machu Picchu aún no al 100 %.
2025 adelante	en Tendencia al alza, aunque aún fluctuante.	Activa construcción del aeropuerto de Chinchero (capacidad con crecimiento notable).

Nota: Según Mincetur (2025)

Teoría del Empleo

De acuerdo con Enríquez (2015) el empleo se puede describir como la labor que una persona desempeña a cambio de una compensación económica, el concepto de empleo abarca la existencia de oportunidades laborales para todas aquellas personas que buscan trabajar, la productividad de dichas labores y la libertad de elección de empleo por parte de los individuos.

Enfoques económicos

I. Enfoque Marxista

Desde el enfoque marxista, el empleo se analiza en el marco de las relaciones de producción capitalistas, en las cuales el trabajo es considerado como una mercancía que se compra y vende en el mercado laboral. Según Marx, el empleo está sujeto a las contradicciones propias del sistema capitalista, incluyendo ciclos periódicos de crisis económicas, desempleo estructural y explotación laboral (Marx, 1867).

Economistas marxistas contemporáneos como David Harvey resaltan que las crisis recurrentes del capitalismo generan desempleo masivo como mecanismo para restaurar la rentabilidad empresarial mediante la reducción del poder negociador de los trabajadores y la disminución de salarios (Harvey, 2014).

Asimismo, Mandel argumenta que el desempleo es un fenómeno intrínseco del capitalismo debido a la acumulación y concentración de capital, lo cual conduce a la destrucción periódica de empleos como parte del proceso de ajuste económico.

II. Enfoque Neoclásico

El enfoque neoclásico sostiene que el mercado laboral opera en condiciones ideales donde la oferta y demanda de trabajo interactúan libremente para determinar los niveles salariales y el empleo. Según este planteamiento, cualquier desempleo que exista es principalmente voluntario, generado por individuos que optan por no trabajar debido a salarios inferiores a sus expectativas o preferencias personales. Este análisis asume plena flexibilidad salarial y movilidad laboral, condiciones bajo las cuales cualquier desequilibrio es temporal y resuelto rápidamente por las fuerzas del mercado (Mankiw, 2019).

Desde la perspectiva neoclásica, las políticas económicas para reducir el desempleo deberían enfocarse principalmente en eliminar rigideces como salarios mínimos elevados, impuestos laborales excesivos y restricciones impuestas por regulaciones laborales rígidas. Autores como Friedman y Lucas han argumentado que las intervenciones estatales suelen provocar distorsiones adicionales, agravando así el desempleo en lugar de solucionarlo.

Asimismo, el análisis neoclásico enfatiza la importancia del capital humano como factor determinante del empleo. La inversión en educación y formación profesional incrementa la productividad laboral, permitiendo así mejores salarios y mayor empleo estable. Este enfoque también promueve el libre comercio y la apertura económica como mecanismos para mejorar la eficiencia del mercado laboral.

III. Enfoque Keynesiano

El enfoque keynesiano surge en oposición directa a la teoría clásica, destacando que el mercado laboral no siempre alcanza el equilibrio de forma espontánea debido a rigideces salariales y limitaciones en la demanda agregada. Según Keynes, puede existir un desempleo involuntario persistente, resultante de una insuficiente demanda efectiva, fenómeno claramente visible durante periodos de recesión económica.

Los economistas keynesianos sostienen que, ante situaciones de desempleo masivo, es crucial la intervención activa del Estado mediante políticas fiscales expansivas—como aumentos del gasto público y reducción de impuestos—para estimular la demanda agregada y, por ende, la generación de empleo. Este enfoque subraya la importancia del papel estabilizador del gobierno frente a fluctuaciones económicas (Stiglitz & Greenwald, 2003).

Además, autores contemporáneos como Krugman defienden que en contextos de crisis financieras, como la ocurrida en 2008, las políticas de austeridad empeoran el desempleo y retrasan la

recuperación económica, recomendando en cambio políticas monetarias expansivas acompañadas de estímulos fiscales para reactivar el mercado laboral (Krugman, 2012).

IV. Enfoque Institucionalista

El enfoque institucionalista considera que las instituciones formales e informales desempeñan un papel crucial en la configuración del mercado laboral y en la determinación del nivel de empleo. Este enfoque destaca la relevancia de sindicatos, normas laborales, negociaciones colectivas y legislaciones que afectan directamente la creación de empleo y los salarios (North, 2010).

Economistas institucionalistas como Richard Freeman argumentan que las instituciones laborales no necesariamente reducen el empleo, como afirman algunos críticos; por el contrario, pueden promover un mejor equilibrio entre empleadores y empleados, incrementando la estabilidad laboral y la productividad mediante acuerdos justos y condiciones laborales adecuadas (Freeman & Medoff, 2014).

Investigaciones recientes han mostrado cómo la rigidez institucional puede tener efectos tanto positivos como negativos, dependiendo del contexto específico de cada país. Por ejemplo, David Card sostiene que un salario mínimo moderado no siempre genera desempleo; de hecho, puede contribuir a reducir la pobreza y mejorar las condiciones laborales generales, especialmente en mercados laborales donde predomina la informalidad.

V. Enfoque Estructuralista

El enfoque estructuralista argumenta que la generación y calidad del empleo está condicionada por la estructura productiva y tecnológica de la economía. Según esta perspectiva, países con estructuras productivas desequilibradas, caracterizadas por sectores poco vinculados entre sí y alto nivel de informalidad, tienden a enfrentar altos niveles de desempleo o subempleo (Prebisch, 2012).

Asimismo, el autor destaca que el empleo debe analizarse en función del contexto histórico y social de cada economía. La falta de diversificación productiva y la dependencia tecnológica en países en desarrollo limitan considerablemente la creación de empleos formales y productivos.

Finalmente, el enfoque estructuralista, sostiene que superar las limitaciones estructurales requiere políticas activas de desarrollo productivo que promuevan la diversificación económica, la innovación tecnológica y la generación de empleos sostenibles, apuntando hacia sectores estratégicos y con potencial de expansión económica a largo plazo (Ocampo, 2001).

Desde una visión general, el empleo es entendido como la ocupación productiva que genera ingresos y oportunidades para la población, lo cual es especialmente relevante en contextos turísticos donde los servicios dependen intensamente de la mano de obra. El análisis desde los enfoques marxista, neoclásico, keynesiano, institucionalista y estructuralista permite abordar la generación de empleo en el sector hotelero cusqueño considerando las tensiones propias del sistema capitalista, la relación entre oferta y demanda laboral, la intervención estatal, el papel de las instituciones laborales y la estructura productiva regional. Estos enfoques enriquecen el análisis de cómo los hoteles de tres estrellas contribuyen o limitan la creación de empleo formal y sostenible, permitiendo comprender las condiciones estructurales, normativas y económicas que inciden en el empleo dentro del turismo en el Cercado del Cusco.

Generación de empleo

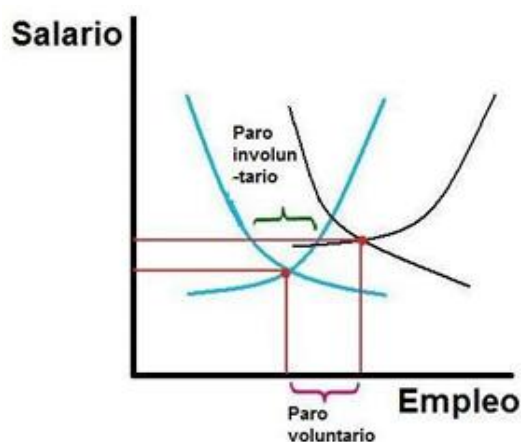
La generación de empleo según la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (2022) implica la creación de nuevas oportunidades laborales en distintos sectores económicos con el propósito de elevar los niveles de productividad, mejorar el bienestar de la población y asegurar la continuidad de la fuerza laboral.

Salario

Los salarios son el precio pagado a los agentes económicos por su trabajo. De esta manera, cuanto más altos sean los salarios, menor será la cantidad de trabajo demandada y mayor la cantidad ofrecida en el mercado laboral. Según el análisis neoclásico basado en la Ley de Say, el nivel de empleo (pleno empleo) se define donde la producción agregada determina la oferta sobre la demanda, asimismo en la figura a continuación muestra curvas de oferta y demanda (en azul), y cualquier modificación en estas curvas (en negro) generará un nuevo equilibrio de mercado donde la oferta y la demanda se igualarán nuevamente.

Figura 1

Salario y empleo



Nota. Gráfico de salario y empleo (Dominguez & Flores, 2018)

En la economía neoclásica, existen dos tipos de desempleo: voluntario e involuntario. En el punto de equilibrio, todos los trabajadores que desean trabajar encuentran empleo. Sin embargo, habrá personas que no estarán dispuestas a trabajar debido a que consideran los salarios demasiado bajos; este es el desempleo voluntario. Por otro lado, si algún factor externo impide el ajuste de los salarios, se producirá el desempleo involuntario.

La generación de empleo, entendida como la creación de nuevas oportunidades laborales que elevan la productividad y mejoran el bienestar, es precisamente el eje central del estudio, ya que se busca analizar en qué medida el turismo, y específicamente los hoteles de tres estrellas, contribuyen a este objetivo en la realidad local. Asimismo, la teoría neoclásica sobre los salarios y el equilibrio del mercado laboral aporta una perspectiva valiosa para analizar cómo las condiciones salariales pueden influir en la oferta y demanda de trabajadores en el sector hotelero. Los niveles salariales percibidos en estos establecimientos pueden afectar la disposición de las personas a emplearse en ellos, generando fenómenos de desempleo voluntario o involuntario. Estos elementos teóricos permiten profundizar en el análisis del empleo generado por el turismo, evaluando no solo la cantidad de puestos ofrecidos, sino también su estabilidad, remuneración y accesibilidad dentro del contexto económico del Cercado del Cusco.

Importancia del empleo

De acuerdo con Enríquez (2015) el empleo juega un papel crucial en cualquier economía por diversas razones:

- **Crecimiento económico:** La creación de empleos productivos es esencial para el desarrollo económico de un país, ya que impulsa la actividad económica, aumenta la producción y contribuye al progreso nacional.
- **Reducción de la pobreza:** El empleo formal desempeña un papel significativo en la disminución de la pobreza al proporcionar a las personas ingresos estables y la posibilidad de mejorar su calidad de vida.
- **Cohesión social:** Un empleo estable y bien remunerado fomenta la cohesión social al brindar a los individuos un sentido de pertenencia, estabilidad y seguridad económica.

- **Desarrollo personal y profesional:** Además de generar ingresos, el empleo brinda oportunidades para el crecimiento personal y profesional, permitiendo a las personas desarrollar sus habilidades y competencias.

El turismo es una importante fuente de empleo, impactando tanto a los turistas como a la población del país que ofrece los atractivos turísticos, la actividad turística de acuerdo con Ruiz (2015) puede generar empleo en tres categorías:

- Empleo directo: generado por los ingresos provenientes de servicios turísticos básicos, como hoteles y agencias de turismo.
- Empleo indirecto: creado por servicios complementarios como transporte, banca y artesanía.
- Empleo inducido: empleo adicional derivado de los efectos multiplicadores del turismo, incluyendo cambio de moneda, suministro de mercancías de otros sectores, comercio, industria, y farmacéutica.

La generación de empleo formal en el sector turístico, especialmente en hoteles de tres estrellas, contribuye al crecimiento económico local, a la reducción de la pobreza y al fortalecimiento de la cohesión social en el Cercado del Cusco. Asimismo, el turismo actúa como motor de empleo en múltiples niveles: directo, a través de la contratación de personal en hoteles; indirecto, mediante la articulación con servicios complementarios como transporte y gastronomía; e inducido, mediante los efectos multiplicadores en otros sectores de la economía. Esta multidimensionalidad del empleo turístico permite comprender que su influencia no se limita a la creación de puestos de trabajo, sino que tiene un impacto estructural sobre el bienestar y desarrollo de la población local, reforzando así la relevancia del estudio en el contexto cusqueño.

2.3.Marco conceptual

Turismo: El turismo según Aragón et al. (2021) es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual por razones personales, profesionales o de negocios.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo es una actividad social, cultural y económica relacionada con el desplazamiento de personas a lugares distintos de su entorno habitual, por motivos personales o profesionales. Genera importantes beneficios económicos, promueve el empleo y contribuye al desarrollo regional.

Atractivos turísticos: Según Ttupa (2021) un atractivo turístico se caracteriza por ser visualmente llamativo y captar la atención de los visitantes, constituyendo parte fundamental de los recursos disponibles en el turismo. Estos atractivos se clasifican en dos tipos principales: los atractivos naturales, originados por la naturaleza sin intervención directa del ser humano, y los atractivos culturales, que son resultado de la acción o influencia humana. Además, los atractivos turísticos pueden incluir instalaciones, equipamiento y servicios que enriquecen la experiencia del visitante.

Oferta de servicios turísticos: La oferta de servicios turísticos de acuerdo con Guilcapi (2020) abarca los bienes y servicios proporcionados por las empresas del sector turístico, con el objetivo de satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes. Esto engloba servicios como transporte turístico, alojamiento y actividades de entretenimiento. Por otra parte, la oferta de servicios turísticos comunitarios se centra en los productos, instalaciones y recursos disponibles en corredores turísticos, diseñados para mejorar la experiencia de los visitantes mediante facilidades que aseguran calidad y seguridad.

Demanda de servicios turísticos: La demanda turística según Dominguez & Flores (2018) se puede definir como la cantidad de bienes y servicios que los turistas están dispuestos y pueden adquirir a diferentes precios, durante un período de tiempo específico.

Flujo turístico: El flujo turístico se refiere al desplazamiento de individuos desde su lugar de residencia habitual hacia un destino no habitual, ya sea por motivos de recreación, ocio, negocios u otras razones. Este concepto se emplea para cuantificar tanto la cantidad de turistas que viajan como la dirección de sus desplazamientos, con la finalidad de promover el desarrollo de la actividad turística y el progreso de las comunidades. (Vélez et al., 2023)

Gasto del turista: El gasto del turista se refiere al dinero que un turista invierte durante su viaje en actividades como alojamiento, alimentación, transporte, compras y entretenimiento, contribuyendo así a la economía local y al desarrollo sostenible. (Vélez et al., 2023)

Generación del empleo: Según Rodríguez (2021) la generación de empleo se define como el proceso de creación de oportunidades laborales que posibilita a las personas obtener un trabajo remunerado, lo que a su vez contribuye a su sustento económico y al de sus familias.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2023), la generación de empleo consiste en la creación de trabajos productivos y sostenibles, con condiciones dignas, que contribuyan al desarrollo económico y la inclusión social.

Empleo: Se define empleo como la circunstancia que otorga a una persona la condición de empleado surge de una relación laboral con un superior, ya sea una persona o un grupo, permitiéndole ocupar un puesto de trabajo. Además, esta persona debe recibir una remuneración a cambio. Generalmente, el trabajo que realiza debe agregar valor a los bienes y servicios producidos por la organización, beneficiando no solo a la empresa, sino también a la sociedad en general (Pinedo, 2022).

Salario: El salario según el Banco Central de Reserva del Perú (2024) es la compensación, ya sea en dinero o en especie, que un trabajador recibe por su contribución en la producción de bienes y servicios en una empresa. Este salario se acuerda de manera bilateral entre el trabajador y el empleador, o a través de convenios colectivos negociados entre sindicatos y organizaciones empresariales.

Empleo directo: Empleos directos de acuerdo con Dominguez & Flores (2018) son los que se crean en las empresas que proporcionan bienes y servicios directamente a los visitantes, los cuales suelen ser de naturaleza estacional y requieren habilidades básicas.

Empleo indirecto: Los empleos indirectos de acuerdo con Dominguez & Flores (2018) son aquellos que se generan porque la actividad de las empresas dedicadas al turismo impulsa el crecimiento de otras empresas dentro del sistema económico.

Empleo temporal: Según Dominguez & Flores (2018) se refieren a aquellos en los que se contrata a una persona para trabajar durante un período específico de tiempo.

2.4 Hipótesis de estudio

2.4.1 Hipótesis General

- Existe una relación positiva y significativa entre el turismo y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

2.4.2 Hipótesis específicas.

- Existe una relación positiva y significativa entre los atractivos turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023
- Existe una relación positiva y significativa entre la oferta de servicios turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023
- Existe una relación positiva y significativa entre la demanda de servicios turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023.

2.5 Variables de estudio

2.5.1 Variables

El variable de análisis en esta investigación es el siguiente:

2.6 Operacionalización de variables

Tabla 5. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Generación de empleo	Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2023), la generación de empleo consiste en la creación de trabajos productivos y sostenibles, con condiciones dignas, que contribuyan al desarrollo económico y la inclusión social.	La presente investigación estudió la variable generación de empleo a partir del ámbito social y económico, el cual fue determinado a partir de la lectura conceptual.	Social	Empleos directos
				Empleos indirectos
				Empleos temporales
			Económico	Utilidad bruta
				Utilidad neta
Turismo	Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo es una actividad social, cultural y económica relacionada con el desplazamiento de personas a lugares distintos de su entorno habitual, por motivos personales o profesionales. Genera importantes beneficios económicos, promueve el empleo y contribuye al desarrollo regional.	La presente investigación estudió la variable turismo a partir de la oferta y demanda turística, así como los atractivos turísticos que presenta la ciudad del Cusco, el cual fue determinado a partir de la lectura conceptual.	Atractivos turísticos	Ocio y recreaciones
				Cultural
				Aventura
				turismo de naturaleza o ecoturismo
				Otros atractivos
			Oferta de servicios turísticos	Servicio de Alojamiento
			Demanda de servicios turísticos	Internacional
				Nacional
				Regional

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN

3.1 Alcance de Investigación

Hernández et al. (2014) tiene como finalidad tener una base de información coherente del tema a tratar o el fenómeno a evaluar, asimismo a través de este alcance se especifica las propiedades, características, personas de forma individual o grupal y describir el fenómeno.

Por otro lado, Hernández et al. (2014) menciona que el alcance de investigación correlacional buscan identificar la relación o grado de asociación entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico. A través de estos estudios, se pretende descubrir patrones predecibles de asociación entre las variables, sin establecer una relación de causa y efecto. Aunque estos estudios ofrecen información explicativa de manera parcial, su objetivo principal es determinar la relación entre las variables analizadas.

Por lo tanto, la presente investigación se desarrollará bajo un alcance descriptivo correlacional, ya que se busca determinar qué relación existe entre las variables: turismo y la generación de empleo.

3.2 Enfoque de la investigación

Según Hernández et al. (2014) menciona que el enfoque cuantitativo de investigación se destaca por su enfoque en la medición precisa y la cuantificación de variables, junto con la aplicación de métodos estadísticos para analizar datos de manera imparcial y con posibilidad de generalización. Su propósito principal es establecer relaciones causales, predecir comportamientos y validar teorías a través de la recopilación de datos numéricos. Este enfoque se enfoca en la objetividad, la reproducibilidad y la validez de los resultados, empleando diseños de investigación rigurosos y controlados. Algunas técnicas comunes en la

investigación cuantitativa son las encuestas, los experimentos controlados y los análisis estadísticos.

En la presente investigación, se empleó el enfoque cuantitativo debido a que este permite medir de manera objetiva y precisa la relación existente entre el desarrollo de la actividad turística y la creación de empleo en el sector hotelero. Este enfoque se basa en la cuantificación de variables, la aplicación de instrumentos estructurados y el análisis estadístico, lo cual facilita establecer relaciones causales, predecir comportamientos y validar hipótesis. En este contexto, se utilizará el enfoque cuantitativo porque permite recolectar datos numéricos sobre el número de empleos generados, la naturaleza de dichos empleos (directos, indirectos y temporales) y los niveles de ocupación en hoteles de tres estrellas, lo cual contribuye a obtener resultados objetivos, generalizables y útiles para la toma de decisiones en el ámbito turístico y laboral del Cercado del Cusco.

Por lo que, para la presente investigación, se empleará un cuestionario basado en la escala de Likert como instrumento de recolección de datos, seleccionado por su capacidad para medir actitudes, opiniones y comportamientos con precisión y facilidad de análisis. Este cuestionario estará diseñado para capturar información detallada sobre las variables clave de generación de empleo y turismo, abarcando dimensiones socioeconómicas y turísticas. Los indicadores específicos a evaluar incluirán empleo directo, indirecto y temporal, oferta y demanda de servicios turísticos, flujo turístico y gasto del turista.

3.3 Diseño de la Investigación

Hernandez et al. (2014) menciona que el diseño de investigación no experimental se define por la falta de manipulación intencional de variables independientes. En este enfoque, el investigador simplemente observa y registra datos tal como se manifiestan en la realidad,

sin intervenir en la situación estudiada. Este tipo de diseño se emplea para describir, explicar o predecir fenómenos en su entorno natural, sin la introducción de variables controladas. Por otro lado, Hernandez et al. (2014) menciona que la temporalidad transversal en la investigación implica la recopilación de datos en un único momento o punto en el tiempo. En este tipo de diseño, se obtiene una instantánea de las variables o fenómenos analizados en un momento específico, sin considerar su desarrollo o cambios a lo largo del tiempo.

Por lo que, la presente investigación será de diseño no experimental para evaluar las variables de turismo y generación de empleo en su estado natural. Asimismo, la investigación será de corte transversal, abarcando el año 2023, con el fin de analizar la relación del turismo con la creación de empleo en los hoteles de tres estrellas en el Cercado de Cusco durante el año 2023. Este enfoque permitirá observar y entender la relación, sin intervenir en el entorno natural de las variables estudiadas.

3.4 Población y muestra de la investigación

3.4.1 Descripción de la población

Valderrama (2015) define a la población como el grupo de elementos, objetos o seres, ya sea que sean finitos o infinitos, que comparten características similares y que pueden ser objeto de observación y análisis, asimismo Hernandez et al. (2014) menciona que la población es el conjunto de casos que cumplen con características específicas establecidas.

Por lo que, para la presente investigación se utilizará la población:

Tabla 6. *Población de estudio*

Categoría					Población	%
Establecimiento	de	hospedaje	clasificados	y/o	80	100%
categorizados 3 estrellas						
Total					80	100%

Nota: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por DIRCETUR (2024)

3.4.2 Selección de la Muestra

Valderrama, (2015), define la muestra como un subconjunto que representa a la totalidad de la población y actúa como su representante en una investigación. Asimismo, Arias (2012) señala que: “si la población es menor de 50 sujetos, no se justifica realizar muestreo, debiéndose trabajar con la totalidad; pero si excede esta cantidad, se puede seleccionar una muestra representativa” (p. 81).; En esta misma línea, Tamayo (2012) sostiene que el uso de muestras es un procedimiento válido incluso en poblaciones relativamente pequeñas, siempre que el tamaño muestral sea suficiente para garantizar la representatividad y confiabilidad de los datos. En este sentido, el muestreo probabilístico aleatorio simple es una estrategia utilizada para seleccionar una muestra representativa de una población. En este método, todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos, lo que garantiza que cada posible conjunto de muestras del mismo tamaño tenga igual probabilidad de ser seleccionado, el cual se determina como se muestra a continuación:

$$n_0 = \frac{Z^2 N \cdot P \cdot Q}{Z^2 P \cdot Q + (N - 1) E^2}$$

En la que:

n= Muestra

N= Población

p= % éxito

q= % fracaso

E= Error

Z= Grado de confianza

A partir de ello, se tiene lo siguiente:

$$\frac{1.96^2 * 80 * 0.5 * 0.5}{(1.96^2 * 0.5 * 0.5 + (80 - 1)0.05^2)}$$

$$n = \frac{76.832}{1.1579}$$

$$n = 66.3546 = 66$$

Por lo tanto, la muestra de la población de estudio fue de 66 hoteles de 3 estrellas, en este sentido, la presente investigación consideró a las 66 empresas sin criterio de exclusión alguno, puesto que, en este caso, los 66 participantes cubren más del 80% de la población total, lo que asegura una alta representatividad.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas de recolección de datos

Hernandez et. al, (2014) menciona que, las técnicas de recolección de datos comprende el uso de métodos y herramientas para obtener información relevante en una investigación, de manera sistemática y estructurada. Se emplean técnicas como observación, entrevistas, cuestionarios, grupos focales y análisis de documentos. Cada técnica tiene sus particularidades, ventajas y limitaciones, y la elección depende de la

naturaleza de la investigación y los objetivos planteados. la encuesta contribuye en la recolección de información de fuentes primarias. Asimismo, Hernandez et. al, (2014) menciona que la encuesta es una técnica de recolección de datos que implica hacer preguntas estandarizadas a un grupo de personas para obtener información sobre sus opiniones, actitudes, comportamientos u otras variables de interés. Estas encuestas pueden llevarse a cabo de manera presencial, telefónica, por correo electrónico o en línea, utilizando cuestionarios estructurados para recopilar datos de forma sistemática.

Por lo tanto, para la presente investigación se utilizará la encuesta como técnica de recolección de datos, ya que la información a recolectar será de fuente primaria.

3.5.2 Diseño de instrumentos

Según Díaz (2013), los instrumentos de recolección de datos son recursos empleados para obtener información de forma estructurada en el transcurso de una investigación. Estos instrumentos abarcan cuestionarios, entrevistas, escalas de medición, pruebas psicológicas, registros documentales, entre otros, asimismo un cuestionario es un conjunto de preguntas organizadas que se plantean a los participantes de una investigación para obtener datos específicos sobre variables de interés. Puede contener preguntas cerradas (con respuestas predefinidas) o abiertas (donde los participantes responden libremente). Este instrumento se emplea en distintas áreas de estudio para recopilar datos cuantitativos y cualitativos de forma sistemática y estandarizada.

Por lo que, para la presente investigación se aplicará el instrumento de recolección de datos denominado cuestionario en la escala de Likert.

3.6 Procesamiento y análisis de datos

3.6.1 Validez de instrumentos

De acuerdo con Hernandez et. al, (2014) la validez de un instrumento se refiere a su capacidad para medir de manera precisa la variable que se desea evaluar. En resumen, la validez de un instrumento determina si este realiza una evaluación exacta de lo que se pretende medir. La validez es esencial en la evaluación de instrumentos de medición, ya que asegura la confiabilidad y la exactitud de los datos recopilados a través de dicho instrumento.

Asimismo, Quero (2010) menciona que el alfa de Cronbach es una medida estadística de confiabilidad que ayuda a evaluar la consistencia interna de los ítems o preguntas de un cuestionario, y debe seguir una regla específica de decisión, tal como se muestra a continuación:

Figura 1

Prueba de Cronbach

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[	Inaceptable
[0,5 ; 0,6[	Pobre
[0,6 ; 0,7[	Débil
[0,7 ; 0,8[	Aceptable
[0,8 ; 0,9[	Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Nota. La figura muestra la regla de decisión de la prueba de confiabilidad alfa de Cronbach (Chaves & Rodriguez, 2018)

3.6.2 Prueba de normalidad

Menciona que las pruebas de normalidad son herramientas estadísticas empleadas para verificar si un conjunto de datos se distribuye de manera normal, es decir, con una forma de campana simétrica alrededor de su media. La normalidad de los datos es un requisito esencial en numerosos métodos

estadísticos paramétricos, como la prueba t de Student, ANOVA, regresión lineal, entre otros.

Asimismo existen varias pruebas que son comunes, entre ellas se encuentran:

- Prueba de Shapiro-Wilk: Se utiliza cuando se desea verificar la normalidad de una muestra pequeña (menos de 50 observaciones) .
- Prueba de Kolmogorov-Smirnov: Es comúnmente empleada en muestras grandes y es equivalente a la prueba de Shapiro-Wilk en muestras grandes .
- Prueba de Anderson-Darling: Se utiliza para detectar desviaciones en la cola de la distribución y es más sensible que la prueba de Kolmogorov-Smirnov en este aspecto .
- Prueba de Lilliefors: Se utiliza cuando la media y la desviación estándar de la población son desconocidas y se estiman a partir de la muestra.

Finalmente, para poder realizar el procesamiento y análisis de datos se utilizarán los softwares: Excel y SPSS, asimismo, para desarrollar el análisis de datos, es decir el contraste de hipótesis se utilizará el chi cuadrado, y cuando el grado de significancia es mayor al 0.005 se rechaza la hipótesis de la investigación y se acepta la hipótesis nula, mientras que cuando el grado de significancia es menor al 0.005 se acepta la hipótesis de la investigación

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Presentación de resultados

Tabla 7. *Prueba de confiabilidad de Cronbach*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,851	45

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla se aprecia que el coeficiente Alfa de Cronbach alcanzó un valor de 0.851 con un total de 45 ítems, lo que evidencia un nivel de consistencia interna calificado como bueno según los criterios de George y Mallery (2003), indicando que los ítems del cuestionario aplicado presentan una adecuada homogeneidad y coherencia entre sí; este resultado confirma que el instrumento utilizado para medir la influencia del turismo en la generación de empleo en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco, 2023, es confiable y permite sustentar que los datos obtenidos son sólidos y válidos para realizar los análisis estadísticos posteriores.

Tabla de frecuencia

Tabla 8. *Años de constitución de la empresa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menores a 3 años	3	4,5	4,5	4,5
	De 3 años a 5 años	5	7,6	7,6	12,1
	De 5 años a 10 años	16	24,2	24,2	36,4
	De 10 años a 20 años	25	37,9	37,9	74,2
	Mayores a 20 años	17	25,8	25,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 8 se aprecia que el 37,9 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco fueron constituidos hace entre 10 y 20 años, siendo esta la categoría más representativa. Le siguen los hoteles con más de 20 años de antigüedad, que constituyen el 25,8 %, y aquellos con entre 5 y 10 años, que representan un 24,2 %. En contraste, los hoteles más recientes, menores a 3 años y entre 3 y 5 años, representan solo el 4,5 % y 7,6 % respectivamente. El análisis del porcentaje acumulado muestra que un 63,7 % de los hoteles tienen más de una década en funcionamiento, lo que evidencia una base empresarial consolidada en el sector hotelero de tres estrellas. Esta permanencia prolongada puede estar asociada a estructuras organizativas estables y sostenibles, que favorecen una mayor capacidad de generación de empleo, confirmando así una posible relación positiva con el turismo en los hoteles de tres estrellas, en la dinamización laboral del Cercado del Cusco durante el año 2023.

Tabla 9. *¿Qué tipo de empresa es, según el tamaño de empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Microempresa	35	53,0	53,0	53,0
	Pequeña empresa	29	43,9	43,9	97,0
	Mediana empresa	2	3,0	3,0	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 9 se aprecia que el 53,0 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco son clasificados como microempresas, siendo esta la categoría predominante. Le siguen los establecimientos considerados pequeñas empresas, que representan el 43,9 %, mientras que solo el 3,0 % corresponde a medianas empresas. Al observar el porcentaje acumulado, se evidencia que el

96,9 % de los hoteles encuestados se concentran entre micro y pequeñas empresas, lo que refleja un sector hotelero compuesto mayoritariamente por unidades de menor escala operativa. Esta configuración empresarial indica que la generación de empleo en los hoteles en estudio del Cercado del Cusco, durante el año 2023, se sostiene principalmente en estructuras organizativas reducidas, posiblemente con personal multifuncional, lo cual puede influir tanto en la cantidad como en la naturaleza del empleo ofrecido en el contexto turístico local.

Tabla 10. *Ingresos totales mensuales*

	Frecuen	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	cia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Entre 5000 soles y 10 000 soles	8	12,1	12,1
	Entre 10 000 soles y 25 000 soles	23	34,8	47,0
	Entre 25 000 soles y 50 000 soles	21	31,8	78,8
	Superiores a los 50 000 soles	14	21,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 10 se aprecia que el 34,8 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco registran ingresos mensuales totales entre 10 000 y 25 000 soles, siendo esta la categoría más frecuente. Le siguen los hoteles con ingresos de entre 25 000 y 50 000 soles, que representan el 31,8 %, mientras que el 21,2 % reporta ingresos superiores a los 50 000 soles y solo un 12,1 % se encuentra en el rango de 5 000 a 10 000 soles. El análisis del porcentaje acumulado muestra que el 87,9 % de los hoteles genera ingresos por encima de los 10 000 soles mensuales, lo que indica una capacidad económica moderada a alta dentro del sector. Esta situación puede estar estrechamente

vinculada con la generación de empleo en los hoteles de tres estrellas, ya que mayores niveles de ingresos permiten sostener y ampliar la contratación de personal, reflejando así la influencia del turismo en la dinamización económica y laboral del Cercado del Cusco durante el año 2023.

Tabla 11. *¿Qué canales de comercialización generan sus principales ingresos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ventas directas	3	4,5	4,5	4,5
	Ventas en línea	23	34,8	34,8	39,4
	Ventas corporativas o convenios	14	21,2	21,2	60,6
	Venta por intermediarios	23	34,8	34,8	95,5
	Otros	3	4,5	4,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 11 se aprecia que el 34,8 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco obtiene sus principales ingresos a través de ventas en línea, porcentaje que se iguala con los ingresos generados mediante venta por intermediarios, siendo ambos los canales más utilizados. Les siguen las ventas corporativas o convenios, que representan el 21,2 %, mientras que las ventas directas y otros canales constituyen cada uno el 4,5 % del total. El análisis del porcentaje acumulado indica que el 95,5 % de los hoteles concentran sus ingresos en canales estructurados como plataformas digitales, intermediarios y convenios, lo que evidencia una fuerte dependencia de redes externas y tecnología para la comercialización de servicios. Esta orientación comercial indica que la influencia del turismo en la generación de empleo en estos hoteles está estrechamente ligada a su capacidad de adaptarse al mercado digital y a las alianzas estratégicas, factores que

pueden impactar directamente en el volumen de ocupación y, por ende, en la contratación de personal durante el año 2023.

Tabla 12. *¿Cuántos empleos directos ha generado su empresa en el último año gracias al turismo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 10	26	39,4	39,4	39,4
	De 10 a 20	29	43,9	43,9	83,3
	De 20 a 30	9	13,6	13,6	97,0
	De 30 a 50	2	3,0	3,0	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 12 se aprecia que el 43,9 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco han generado entre 10 y 20 empleos directos en el último año gracias al turismo, siendo esta la categoría más frecuente. Le sigue un 39,4 % que ha generado menos de 10 empleos, mientras que un 13,6 % reporta haber generado entre 20 y 30 empleos, y solo un 3,0 % ha superado los 30 empleos. El análisis del porcentaje acumulado indica que el 83,3 % de los hoteles han generado hasta 20 puestos de trabajo directos, lo que indica que la mayoría de estos establecimientos operan con estructuras laborales pequeñas o medianas. Este resultado evidencia que, si bien el turismo sí tiene una relación positiva con la generación de empleo, esta se concentra principalmente en niveles moderados, lo cual es consistente con el predominio de micro y pequeñas empresas dentro del sector hotelero de tres estrellas en el Cercado del Cusco durante el año 2023.

Tabla 13. *¿Cuántos trabajadores de su personal está contratado de manera permanente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 10	42	63,6	63,6	63,6
	De 10 a 20	20	30,3	30,3	93,9
	De 20 a 30	3	4,5	4,5	98,5
	De 30 a 50	1	1,5	1,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 13 se aprecia que el 63,6 % de los hoteles de tres estrellas tiene menos de 10 trabajadores contratados de manera permanente, siendo esta la categoría más representativa. Le sigue un 30,3 % que cuenta con entre 10 y 20 trabajadores, mientras que solo el 6,1 % de los hoteles emplea más de 20 trabajadores permanentes. El porcentaje acumulado muestra que el 93,9 % de los establecimientos mantiene una plantilla fija de hasta 20 personas, lo que evidencia una estructura laboral mayoritariamente reducida. Este panorama indica que, aunque el turismo genera empleo, la contratación permanente se concentra principalmente en rangos bajos, lo cual es coherente con el tamaño empresarial predominante del sector.

Tabla 14. *¿Cuántos empleos indirectos (proveedores, transportistas, etc.) ha generado su empresa en el último año?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 10	27	40,9	40,9	40,9
	De 10 a 20	31	47,0	47,0	87,9
	De 20 a 30	8	12,1	12,1	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 14 se aprecia que el 47,0 % de los hoteles de tres estrellas ha generado entre 10 y 20 empleos indirectos en el último año, siendo esta la categoría más común. Le sigue un 40,9 % que reporta menos de 10 empleos indirectos, mientras que solo el 12,1 % indica haber generado entre 20 y 30 empleos. El porcentaje acumulado revela que el 87,9 % de los hoteles ha generado hasta 20 empleos indirectos, lo cual indica una vinculación moderada con proveedores, transportistas y otros actores externos. Esto refleja que, además del empleo directo, el turismo también impulsa la economía local a través de redes de servicios complementarios.

Tabla 15. *¿Qué porcentaje de los empleos indirectos dependen directamente del turismo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos del 30%	4	6,1	6,1	6,1
	Del 30%-50%	37	56,1	56,1	62,1
	Del 50%-80%	21	31,8	31,8	93,9
	Mas del 100%	4	6,1	6,1	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 15 se aprecia que el 56,1 % de los hoteles de tres estrellas señala que entre el 30 % y el 50 % de sus empleos indirectos dependen directamente del turismo, representando así la mayoría de los casos. Además, un 31,8 % indica una dependencia aún mayor, entre el 50 % y el 80 %, lo que indica un fuerte vínculo económico con la actividad turística. Por otro lado, solo un 6,1 % menciona que menos del 30 % de sus empleos indirectos dependen del turismo, y otro 6,1 % reporta una dependencia que incluso supera el 100 %, lo cual podría interpretarse como un exceso de dependencia o una imprecisión en la percepción. El análisis del porcentaje acumulado muestra que el 93,9 % reconoce que al menos un 30 % de sus empleos indirectos están vinculados al turismo, confirmando su rol clave como motor de generación de ocupación en actividades complementarias.

Tabla 16. *¿Cuántos de sus empleados temporales trabajan en función de la demanda turística?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 3	18	27,3	27,3	27,3
	De 3 a 5	29	43,9	43,9	71,2
	De 6 a 8	8	12,1	12,1	83,3
	De 9 a 10	9	13,6	13,6	97,0
	Mayores a 10	2	3,0	3,0	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 16 se aprecia que el 43,9 % de los hoteles de tres estrellas tiene entre 3 y 5 empleados temporales que trabajan en función de la demanda turística, lo que constituye la proporción más representativa. Asimismo, el 27,3 % señala contar con menos de 3 empleados temporales, lo que indica una dependencia moderada de la estacionalidad del turismo. En menor medida, el 13,6 %

emplea entre 9 y 10 trabajadores temporales, el 12,1 % entre 6 y 8, y solo un 3,0 % reporta más de 10 empleados. Analizando el porcentaje acumulado, se observa que el 71,2 % de los hoteles cuenta con hasta 5 empleados temporales que responden directamente a la demanda turística, lo cual revela una relación significativa entre el comportamiento del turismo y la contratación eventual en este sector.

Tabla 17. *¿Cuántos de sus empleados son temporales en temporadas altas de turismo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 5	37	56,1	56,1	56,1
	De 5 a 10	23	34,8	34,8	90,9
	De 10 a 20	5	7,6	7,6	98,5
	Mayores a 30	1	1,5	1,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 17 se aprecia que el 56,1 % de los hoteles de tres estrellas emplea a menos de 5 trabajadores temporales durante las temporadas altas de turismo, lo que indica una contratación moderada vinculada a los picos de demanda turística. Por otro lado, un 34,8 % señala tener entre 5 y 10 empleados temporales, reflejando una estrategia más intensiva en mano de obra durante dichos periodos. En menor proporción, el 7,6 % emplea entre 10 y 20 personas, y solo el 1,5 % supera los 30 empleados. Según el porcentaje acumulado, el 90,9 % de los establecimientos concentra su personal eventual en un rango menor a 10 trabajadores, lo que evidencia una tendencia generalizada de apoyo operativo puntual en temporadas de alta afluencia turística, sin que esto implique una contratación masiva.

Tabla 18. *¿Qué porcentaje de su utilidad bruta depende de los ingresos generados por el turismo nacional?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos del 20%	21	31,8	31,8	31,8
	20%-50%	34	51,5	51,5	83,3
	Más del 50%	11	16,7	16,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 18 se aprecia que el 31,8 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco indica que menos del 20 % de su utilidad bruta depende del turismo nacional, mientras que el 51,5 % señala que entre el 20 % y el 50 % de su utilidad proviene de este segmento, lo cual constituye el grupo más representativo. Además, el 16,7 % afirma que más del 50 % de sus utilidades están directamente relacionadas con los ingresos del turismo nacional. Según el porcentaje acumulado, el 83,3 % de los establecimientos afirma que al menos una quinta parte de sus utilidades dependen del turismo interno, lo que refleja una fuerte relación entre el mercado nacional y la rentabilidad de estos negocios, destacando su importancia como motor económico dentro del sector hotelero regional.

Tabla 19. *¿Qué porcentaje de su utilidad bruta depende de los ingresos generados por el turismo internacional?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos del 20%	3	4,5	4,5	4,5
	20%-50%	21	31,8	31,8	36,4
	Más del 50%	42	63,6	63,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 19 se aprecia que el 4,5 % de los hoteles de tres estrellas reporta que menos del 20 % de su utilidad bruta depende del turismo internacional, mientras que el 31,8 % indica que entre el 20 % y el 50 % de sus utilidades provienen de este segmento. Destaca que una mayoría significativa del 63,6 % afirma que más del 50 % de su utilidad bruta está directamente vinculada a los ingresos generados por turistas internacionales. De acuerdo con el porcentaje acumulado, el 95,5 % de los establecimientos reconoce una dependencia considerable del turismo extranjero, lo cual evidencia el rol fundamental que cumple este mercado en la sostenibilidad económica de estos hoteles.

Tabla 20. *¿Cómo ha variado la utilidad bruta en los últimos 2 años debido al turismo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ha disminuido	8	12,1	12,1	12,1
	Se ha mantenido estable	31	47,0	47,0	59,1
	Ha aumentado	27	40,9	40,9	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 20 se aprecia que el 12,1 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco señala que su utilidad bruta ha disminuido en los últimos dos años a causa del turismo, mientras que el 47 % indica que esta se ha mantenido estable durante dicho periodo. Por otro lado, el 40,9 % afirma que su utilidad bruta ha aumentado como resultado del turismo. Según el porcentaje acumulado, se observa que un 87,9 % de los hoteles ha logrado al menos mantener o incrementar sus márgenes de utilidad, lo cual evidencia una recuperación o estabilidad en el sector y indica que el turismo ha tenido, en general, un efecto positivo o sostenido sobre la rentabilidad hotelera en los últimos años.

Tabla 21. *¿Qué porcentaje de la utilidad neta de su empresa proviene de actividades turísticas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos del 30%	1	1,5	1,5	1,5
	30%-60%	24	36,4	36,4	37,9
	Más del 60%	41	62,1	62,1	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 21 se aprecia que el 1,5 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco manifiesta que menos del 30 % de su utilidad neta proviene de actividades turísticas, mientras que el 36,4 % declara que entre el 30 % y el 60 % de sus utilidades se relacionan con este sector. Notablemente, el 62,1 % indica que más del 60 % de su utilidad neta se genera directamente a partir del turismo. Según el porcentaje acumulado, el 98,5 % de los hoteles encuestados obtiene al menos un 30 % de su rentabilidad neta gracias a esta actividad, lo que demuestra la alta dependencia del sector hotelero respecto a la dinámica turística en la zona.

Tabla 22. *¿Cómo ha afectado el crecimiento del turismo a la utilidad neta de su empresa en los últimos años?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ha disminuido	4	6,1	6,1	6,1
	Se ha mantenido estable	39	59,1	59,1	65,2
	Ha aumentado	23	34,8	34,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 22 se aprecia que el 6,1 % de los hoteles de tres estrellas señala que la utilidad neta de su empresa ha disminuido como consecuencia del crecimiento del turismo en los últimos años, mientras que un 59,1 % afirma que esta se ha mantenido estable. Por otro lado, el 34,8 % indica que su utilidad neta ha aumentado. A partir del porcentaje acumulado, se observa que el 65,2 % de los establecimientos no ha experimentado un crecimiento económico significativo pese al incremento del turismo, lo que podría estar asociado a factores como el incremento de costos operativos, la competencia o una débil adaptación a la demanda. Sin embargo, el hecho de que más de un tercio reporte un aumento en sus utilidades evidencia un impacto positivo parcial.

Tabla 23. *¿Cuál es el motivo o razón por la visita de sus clientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocio y recreaciones	3	4,5	4,5	4,5
	Cultural	40	60,6	60,6	65,2
	Aventura	7	10,6	10,6	75,8
	Turismo de naturaleza o ecoturismo	12	18,2	18,2	93,9
	Otros atractivos	4	6,1	6,1	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 23 se aprecia que el 60,6 % de los hoteles de tres estrellas encuestados manifiestan que la principal razón por la que sus clientes visitan la ciudad está relacionada con el turismo cultural, mientras que el 18,2 % lo hace motivado por el turismo de naturaleza o ecoturismo. Asimismo, un 10,6 % menciona el turismo de aventura, un 6,1 % refiere otros atractivos, y tan solo un 4,5 % indica que los visitantes acuden por ocio o recreación. Según el porcentaje acumulado, se evidencia que el 65,2 % de las visitas están claramente asociadas a actividades culturales, lo cual refleja la importancia del patrimonio histórico del destino como principal motor del flujo turístico, seguido por experiencias naturales, lo que indica una oportunidad de diversificación hacia segmentos como el ecoturismo o la aventura.

Tabla 24. *¿Cuál de los motivos considera usted que ha aumentado su demanda en los últimos 2 años?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocio y recreaciones	4	6,1	6,1	6,1
	Cultural	30	45,5	45,5	51,5
	Aventura	6	9,1	9,1	60,6
	Turismo de naturaleza o ecoturismo	20	30,3	30,3	90,9
	Otros atractivos	6	9,1	9,1	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 24 se aprecia que el 45,5 % de los hoteles de tres estrellas identifican al turismo cultural como el motivo cuya demanda ha aumentado con mayor notoriedad en los últimos dos años, seguido del turismo de naturaleza o ecoturismo con un 30,3 %. A continuación, el turismo de aventura y otros atractivos se sitúan con un 9,1 % cada uno, mientras que solo un 6,1 % señala un incremento en la demanda vinculada al ocio y la recreación. Con base en el porcentaje acumulado,

se observa que más de la mitad de los encuestados con un 51,5 % consideran que el turismo cultural ha liderado el crecimiento de la demanda reciente, lo que reafirma la relevancia del patrimonio cultural como atractivo predominante, aunque también se evidencia una creciente inclinación hacia el turismo natural, lo cual indica una tendencia a diversificar las experiencias ofrecidas a los visitantes.

Tabla 25. *¿Cómo considera Ud. que es el servicio de alojamiento que brinda la ciudad del Cusco?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	13	19,7	19,7	19,7
	Bueno	41	62,1	62,1	81,8
	Muy bueno	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 25 se aprecia que el 62,1 % de los hoteles de tres estrellas consideran que el servicio de alojamiento que brinda la ciudad del Cusco es bueno, seguido por un 18,2 % que lo califica como muy bueno. En contraste, un 19,7 % lo evalúa como regular. Al analizar el porcentaje acumulado, se observa que un 81,8 % de los encuestados tienen una percepción positiva del servicio de alojamiento en la ciudad, lo que indica un nivel de satisfacción mayoritario con la calidad del servicio ofrecido. No obstante, la presencia de opiniones regulares también indica áreas potenciales de mejora para elevar la percepción general y consolidar la imagen turística de Cusco como destino competitivo.

Tabla 26. *¿Cómo considera Ud. que es el servicio de alojamiento ha variado en los últimos 2 años en la ciudad del Cusco?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ha disminuido	9	13,6	13,6	13,6
	Se ha mantenido estable	24	36,4	36,4	50,0
	Ha aumentado	33	50,0	50,0	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 26 se aprecia que el 50,0 % de los hoteles de tres estrellas consideran que el servicio de alojamiento ha aumentado en los últimos dos años en la ciudad del Cusco, mientras que el 36,4 % sostiene que se ha mantenido estable. Por otro lado, solo un 13,6 % opina que dicho servicio ha disminuido. Al observar el porcentaje acumulado, se advierte que un 86,4 % de los encuestados perciben una mejora o estabilidad en la calidad del servicio de alojamiento, lo cual indica una tendencia positiva en el sector, asociada posiblemente a mayores inversiones, mejora en la atención al cliente o fortalecimiento de la oferta turística en la ciudad.

Tabla 27. *¿Qué porcentaje de sus clientes proviene del extranjero?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos del 20%	1	1,5	1,5	1,5
	20%-50%	20	30,3	30,3	31,8
	Más del 50%	45	68,2	68,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 27 se aprecia que el 68,2 % de los hoteles de tres estrellas en el Cusco indican que más del 50 % de sus clientes provienen del extranjero, mientras que un 30,3 % reporta que entre el 20 % y el 50 % de sus clientes tienen origen internacional. Solo un 1,5 % señala que menos del 20 % de

su clientela es extranjera. Según el porcentaje acumulado, el 98,5 % de los establecimientos confirman una significativa presencia de turistas internacionales, lo que evidencia la alta dependencia del sector hotelero local hacia el mercado turístico extranjero y resalta la importancia de estrategias orientadas a mantener y atraer este segmento clave.

Tabla 28. *¿Cómo ha cambiado la demanda internacional en su negocio en los últimos años?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ha disminuido	2	3,0	3,0	3,0
	Se ha mantenido estable	30	45,5	45,5	48,5
	Ha aumentado	34	51,5	51,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 28 se aprecia que el 51,5 % de los hoteles de tres estrellas en la ciudad del Cusco indican que la demanda internacional ha aumentado en los últimos años, mientras que el 45,5 % señala que esta se ha mantenido estable. Solo un 3 % menciona una disminución. Según el porcentaje acumulado, el 97,0 % de los establecimientos perciben una estabilidad o crecimiento en la afluencia de turistas internacionales, lo que indica una tendencia positiva en el comportamiento de este mercado clave y refuerza la necesidad de continuar fortaleciendo los servicios orientados a visitantes del extranjero.

Tabla 29. *¿De qué parte considera Ud. que provienen más sus clientes internacionales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Europa	32	48,5	48,5	48,5
	América	34	51,5	51,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 29 se aprecia que el 51,5 % de los hoteles de tres estrellas en la ciudad del Cusco indican que la mayor parte de sus clientes internacionales provienen de América, mientras que el 48,5 % señala que estos proceden de Europa. Según el porcentaje acumulado, el 100 % de los establecimientos encuestados concentran su clientela internacional entre estos dos continentes, lo que indica una fuerte dependencia del turismo americano y europeo, y sugiere la importancia de mantener estrategias diferenciadas que atiendan las expectativas y preferencias culturales de estos mercados clave.

Tabla 30. *¿Qué porcentaje de sus clientes provienen de otras regiones del Perú?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos del 20%	26	39,4	39,4	39,4
	20%-50%	34	51,5	51,5	90,9
	Más del 50%	6	9,1	9,1	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 30 se aprecia que el 51,5 % de los hoteles de tres estrellas en Cusco indican que entre el 20 % y el 50 % de sus clientes provienen de otras regiones del Perú, mientras que el 39,4 % señala que menos del 20 % de su clientela es nacional, y solo un 9,1 % reporta que más de la mitad de sus visitantes provienen del interior del país. El porcentaje acumulado de 90,9 % hasta el segundo tramo indica que la mayoría de los establecimientos reciben una proporción moderada de turistas nacionales, lo cual evidencia una presencia predominante del turismo internacional en comparación con el turismo interno.

Tabla 31. *¿De qué regiones considera Ud. que provienen más sus clientes nacionales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Lima	38	57,6	57,6	57,6
	Arequipa	18	27,3	27,3	84,8
	Puno	3	4,5	4,5	89,4
	Trujillo	4	6,1	6,1	95,5
	Cajamarca	2	3,0	3,0	98,5
	Ica	1	1,5	1,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 31 se aprecia que el 57,6 % de los hoteles de tres estrellas en Cusco considera que la mayoría de sus clientes nacionales provienen de Lima, seguido de un 27,3 % que identifica a Arequipa como la segunda región con mayor afluencia. Otras regiones como Puno, Trujillo, Cajamarca e Ica tienen una presencia significativamente menor, sumando en conjunto solo el 15,1 %. El porcentaje acumulado de 84,8 % entre Lima y Arequipa indica que estas dos regiones concentran de manera clara la mayor parte del turismo nacional hacia Cusco, lo cual refleja una dependencia importante del mercado proveniente de las principales ciudades del sur y centro del país.

Tabla 32. *¿Cómo ha cambiado la demanda nacional en su negocio en los últimos años?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ha disminuido	18	27,3	27,3	27,3
	Se ha mantenido estable	29	43,9	43,9	71,2
	Ha aumentado	19	28,8	28,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 32 se aprecia que el 43,9 % de los hoteles de tres estrellas en Cusco considera que la demanda nacional se ha mantenido estable en los últimos años, mientras que un 28,8 % indica que

ha aumentado y un 27,3 % señala que ha disminuido. El porcentaje acumulado muestra que el 71,2 % de las respuestas se concentran entre quienes perciben estabilidad o crecimiento, lo cual sugiere que, a pesar de ciertas variaciones, la mayoría percibe una tendencia sostenida o positiva en la afluencia de turistas nacionales. Esto evidencia una relativa recuperación o consolidación del turismo interno como fuente de ingresos en el sector hotelero local.

Tabla 33. *El crecimiento del turismo en el Cercado del Cusco ha incrementado los empleos directos en mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	9,1	9,1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	30,3	30,3	39,4
	De acuerdo	26	39,4	39,4	78,8
	Totalmente de acuerdo	14	21,2	21,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 33 se aprecia que el 39,4 % de los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco está de acuerdo en que el crecimiento del turismo ha incrementado los empleos directos en sus empresas, mientras que un 21,2 % está totalmente de acuerdo, sumando así un 60,6 % de respuestas positivas. Por otro lado, un 30,3 % no está de acuerdo ni en desacuerdo y solo un 9,1 % está en desacuerdo. Según el porcentaje acumulado, más de tres cuartas partes es decir el 78,8 % de los encuestados reconocen al menos cierta relación entre el crecimiento turístico y el aumento de empleos directos, lo que indica que la expansión del turismo ha tenido un impacto favorable en la generación de puestos de trabajo formales en el sector hotelero local.

Tabla 34. *Los empleos directos generados por el turismo han mejorado las condiciones de vida de los empleados en mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	7,6	7,6	7,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	28,8	28,8	36,4
	De acuerdo	29	43,9	43,9	80,3
	Totalmente de acuerdo	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 34 se aprecia que el 43,9 % de los representantes de hoteles de tres estrellas manifiestan estar de acuerdo con que los empleos directos generados por el turismo han mejorado las condiciones de vida de sus trabajadores, y un 19,7 % afirma estar totalmente de acuerdo. Esto refleja que el 63,6 % del total percibe un impacto positivo en la calidad de vida de sus empleados a raíz del empleo vinculado al turismo. En contraste, un 28,8 % mantiene una posición neutral y apenas un 7,6 % está en desacuerdo. Según el porcentaje acumulado, el 80,3 % reconoce al menos cierto grado de mejora, lo que indica que el empleo generado por la actividad turística no solo ha sido cuantitativo, sino también cualitativo en términos de bienestar laboral.

Tabla 35. *El turismo ha impulsado la generación de empleos indirectos (proveedores, transportistas) en mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	7,6	7,6	7,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	24,2	24,2	31,8
	De acuerdo	30	45,5	45,5	77,3
	Totalmente de acuerdo	15	22,7	22,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 35 se aprecia que el 45,5 % de los hoteles de tres estrellas están de acuerdo en que el turismo ha impulsado la generación de empleos indirectos, como proveedores o transportistas, mientras que un 22,7 % está totalmente de acuerdo, sumando así un 68,2 % del total que percibe una influencia positiva del turismo en este tipo de empleo. Por otro lado, el 24,2 % no está de acuerdo ni en desacuerdo y solo un 7,6 % está en desacuerdo. El porcentaje acumulado revela que el 77,3 % reconoce al menos un impacto favorable, lo que indica que el efecto del turismo no solo se limita al empleo interno, sino que también dinamiza actividades económicas conexas que contribuyen a la cadena de valor del sector turístico.

Tabla 36. *Los empleos indirectos vinculados al turismo han tenido un impacto positivo en la estabilidad económica de mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	6,1	6,1	6,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	25,8	25,8	31,8
	De acuerdo	32	48,5	48,5	80,3
	Totalmente de acuerdo	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 36 se aprecia que el 48,5 % de los hoteles de tres estrellas están de acuerdo en que los empleos indirectos vinculados al turismo han tenido un impacto positivo en la estabilidad económica de sus empresas, mientras que un 19,7 % manifiesta estar totalmente de acuerdo, lo que representa un 68,2 % de percepciones favorables. Por su parte, el 25,8 % no está de acuerdo ni en desacuerdo y solo el 6,1 % está en desacuerdo. El porcentaje acumulado muestra que más del 80 %

reconoce al menos una relación positiva entre el turismo y la estabilidad económica, lo que indica que la actividad turística no solo genera empleo, sino que también contribuye a la sostenibilidad financiera de los negocios del sector hotelero.

Tabla 37. *El turismo estacional ha generado una mayor demanda de empleos temporales en mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	7,6	7,6	7,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	36,4	36,4	43,9
	De acuerdo	27	40,9	40,9	84,8
	Totalmente de acuerdo	10	15,2	15,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 37 se aprecia que el 40,9 % de los hoteles de tres estrellas están de acuerdo en que el turismo estacional ha generado una mayor demanda de empleos temporales en sus empresas, mientras que un 15,2 % está totalmente de acuerdo, lo que representa un 56,1 % de respuestas afirmativas. Por otro lado, el 36,4 % no está de acuerdo ni en desacuerdo y solo un 7,6 % está en desacuerdo. El análisis del porcentaje acumulado revela que un 84,8 % de los encuestados reconoce, al menos parcialmente, que el comportamiento estacional del turismo incide en la contratación temporal, lo cual indica una fuerte relación entre los picos de afluencia turística y la creación de empleo eventual dentro del sector hotelero.

Tabla 38. *La contratación temporal en mi empresa ha aumentado en función del crecimiento del turismo en el Cercado del Cusco.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	6	9,1	9,1	10,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	36,4	36,4	47,0
	De acuerdo	22	33,3	33,3	80,3
	Totalmente de acuerdo	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 38 se aprecia que el 33,3 % de los hoteles de tres estrellas están de acuerdo en que la contratación temporal ha aumentado debido al crecimiento del turismo en el Cercado del Cusco, mientras que un 19,7 % está totalmente de acuerdo, sumando así un 53,0 % de respuestas afirmativas. Un 36,4 % de los encuestados no está de acuerdo ni en desacuerdo y un 10,6 % expresa desacuerdo o total desacuerdo. El análisis del porcentaje acumulado indica que el 80,3 % de las respuestas se concentra entre la neutralidad y el acuerdo, lo cual indica que más de la mitad de las empresas reconocen una relación.

Tabla 39. *El incremento del turismo ha impactado positivamente en la utilidad bruta de mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	9,1	9,1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	30,3	30,3	39,4
	De acuerdo	23	34,8	34,8	74,2
	Totalmente de acuerdo	17	25,8	25,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 39 se aprecia que el 34,8 % de los hoteles de tres estrellas están de acuerdo con que el incremento del turismo ha impactado positivamente en la utilidad bruta de su empresa, mientras que un 25,8 % está totalmente de acuerdo, sumando así un 60,6 % de respuestas afirmativas. Por otro lado, el 30,3 % manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y solo un 9,1 % expresó estar en desacuerdo. Según el porcentaje acumulado, el 74,2 % de las percepciones se ubican hasta el nivel de acuerdo, lo cual indica que la mayoría de los establecimientos reconoce que el crecimiento del turismo ha influido favorablemente en sus resultados económicos, consolidándose como un factor relevante para su utilidad bruta.

Tabla 40. *La utilidad bruta de mi empresa ha crecido proporcionalmente al aumento del flujo turístico en el Cercado del Cusco.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	5	7,6	7,6	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	27,3	27,3	36,4
	De acuerdo	29	43,9	43,9	80,3
	Totalmente de acuerdo	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 40 se aprecia que el 43,9 % de los hoteles de tres estrellas está de acuerdo con que la utilidad bruta de su empresa ha crecido proporcionalmente al aumento del flujo turístico en el Cercado del Cusco, seguido por un 19,7 % que se muestra totalmente de acuerdo, sumando así un 63,6 % de respuestas positivas. A su vez, un 27,3 % indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 7,6 % está en desacuerdo y solo el 1,5 % totalmente en desacuerdo. Según el porcentaje acumulado, hasta el nivel de acuerdo se concentra el 80,3 % de las respuestas, lo que

indica que una amplia mayoría percibe una relación proporcional y favorable entre el incremento del turismo y el crecimiento de sus utilidades brutas.

Tabla 41. *El turismo ha incrementado significativamente la utilidad neta de mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	6,1	6,1	6,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	33,3	33,3	39,4
	De acuerdo	27	40,9	40,9	80,3
	Totalmente de acuerdo	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 41 se aprecia que el 40,9 % de los hoteles de tres estrellas está de acuerdo en que el turismo ha incrementado significativamente la utilidad neta de su empresa, seguido por un 19,7 % que manifestó estar totalmente de acuerdo, lo que representa un 60,6 % de valoración positiva. Por otro lado, el 33,3 % señaló estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que solo el 6,1 % expresó desacuerdo. El porcentaje acumulado muestra que el 80,3 % de los encuestados considera el turismo es percibido como un factor que ha contribuido significativamente las utilidades netas.

Tabla 42. *Las ganancias netas de mi empresa han mejorado debido al desarrollo turístico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	4,5	4,5	4,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	24,2	24,2	28,8
	De acuerdo	27	40,9	40,9	69,7
	Totalmente de acuerdo	20	30,3	30,3	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 42 se aprecia que el 40,9 % de los hoteles de tres estrellas está de acuerdo con que las ganancias netas de su empresa han mejorado debido al desarrollo turístico en la región, mientras que un 30,3 % indicó estar totalmente de acuerdo, sumando así un 71,2 % de percepciones positivas. Además, un 24,2 % expresó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y apenas un 4,5 % manifestó desacuerdo. Con base en el porcentaje acumulado, se puede afirmar que el 95,5 % de los establecimientos no tiene una percepción negativa respecto a este impacto, lo que indica que existe una fuerte relación entre el desarrollo turístico regional y la mejora de las utilidades netas.

Tabla 43. *Los atractivos de ocio y recreación han diversificado la oferta turística de mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	12	18,2	18,2	19,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	43,9	43,9	63,6
	De acuerdo	18	27,3	27,3	90,9
	Totalmente de acuerdo	6	9,1	9,1	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 43 se aprecia que el 27,3 % de los hoteles de tres estrellas está de acuerdo con que los atractivos de ocio y recreación han diversificado la oferta turística de su empresa, mientras que un 9,1 % manifestó estar totalmente de acuerdo, acumulando así un 36,4 % de percepciones favorables. Por otro lado, un 43,9 % indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que representa una postura expectante o indefinida. En contraste, un 18,2 % expresó su desacuerdo y un 1,5 % señaló estar totalmente en desacuerdo, sumando un 19,7 % de opiniones negativas. Con base en el porcentaje acumulado, se infiere que aunque existe una valoración positiva moderada, una parte

significativa aún no percibe con claridad el impacto directo de estos atractivos en la diversificación de la oferta turística.

Tabla 44. *El turismo cultural es uno de los factores principales que atrae turistas hacia el Cercado del Cusco.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	6,1	6,1	6,1
	De acuerdo	28	42,4	42,4	48,5
	Totalmente de acuerdo	34	51,5	51,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 44 se aprecia que el 42,4 % de los encuestados está de acuerdo con que el turismo cultural es uno de los factores principales que atrae turistas hacia el Cercado del Cusco, mientras que un 51,5 % se muestra totalmente de acuerdo, lo que representa un contundente 93,9 % de opiniones favorables acumuladas. Solo un 6,1 % se posicionó ni de acuerdo ni en desacuerdo, sin manifestar una postura definida. Este alto porcentaje acumulado de respuestas positivas indica claramente que el turismo cultural es percibido como un eje fundamental en la atracción de visitantes a la zona, reforzando su rol como motor clave del desarrollo turístico local.

Tabla 45. *Los turistas que visitan el Cercado del Cusco tienen una alta demanda por servicios de turismo de aventura.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	6	9,1	9,1	10,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	24,2	24,2	34,8
	De acuerdo	38	57,6	57,6	92,4
	Totalmente de acuerdo	5	7,6	7,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 45 se aprecia que el 57,6 % de los encuestados está de acuerdo con que los turistas que visitan el Cercado del Cusco tienen una alta demanda por servicios de turismo de aventura, mientras que un 7,6 % manifestó estar totalmente de acuerdo, sumando un porcentaje acumulado del 65,2 % de opiniones favorables. Por otro lado, el 24,2 % se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, y solo un 10,6 % expresó desacuerdo total o parcial. Este resultado indica que una mayoría significativa reconoce una creciente demanda por experiencias de aventura entre los visitantes.

Tabla 46. *Los turistas valoran cada vez más las experiencias vinculadas al ecoturismo en mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	7,6	7,6	7,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	15,2	15,2	22,7
	De acuerdo	36	54,5	54,5	77,3
	Totalmente de acuerdo	15	22,7	22,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 46 se aprecia que el 54,5 % de los encuestados está de acuerdo en que los turistas valoran cada vez más las experiencias vinculadas al ecoturismo en su empresa, mientras que un 22,7 % manifestó estar totalmente de acuerdo, acumulando un 77,3 % de respuestas positivas. Por otro lado, un 15,2 % indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y solo un 7,6 % expresó desacuerdo. Este resultado indica una clara tendencia hacia el reconocimiento del ecoturismo como una demanda creciente por parte de los visitantes, lo cual representa una oportunidad para fortalecer la oferta de servicios sostenibles y responsables dentro del sector turístico local.

Tabla 47. *La formalización del turismo ha mejorado la calidad del servicio de alojamiento ofrecido por mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3,0	3,0	3,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	18,2	18,2	21,2
	De acuerdo	27	40,9	40,9	62,1
	Totalmente de acuerdo	25	37,9	37,9	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 47 se aprecia que el 40,9 % de los encuestados está de acuerdo en que la formalización del turismo ha mejorado la calidad del servicio de alojamiento ofrecido por su empresa, mientras que un 37,9 % manifestó estar totalmente de acuerdo, sumando un 78,8 % de opiniones positivas. En contraste, el 18,2 % indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y solo un 3,0 % expresó desacuerdo. Este resultado indica que la mayoría de los actores del sector hotelero perciben que la formalización ha contribuido significativamente a elevar los estándares de calidad del servicio, promoviendo una mejora en la competitividad y profesionalización del rubro.

Tabla 48. *La demanda de alojamiento en mi empresa ha crecido gracias al turismo en el Cercado del Cusco.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	6,1	6,1	6,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	13,6	13,6	19,7
	De acuerdo	30	45,5	45,5	65,2
	Totalmente de acuerdo	23	34,8	34,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 48 se aprecia que el 45,5 % de los encuestados está de acuerdo en que la demanda de alojamiento en su empresa ha crecido gracias al turismo en el Cercado del Cusco, mientras que un 34,8 % manifestó estar totalmente de acuerdo, lo que representa un 80,3 % de percepciones positivas acumuladas. Por otro lado, el 13,6 % indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y solo el 6,1 % expresó desacuerdo. Este resultado indica que una amplia mayoría de empresarios del sector hotelero perciben que el turismo ha sido un motor clave en el incremento de la demanda.

Tabla 49. *La presencia de turistas internacionales ha incrementado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	7,6	7,6	7,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	16,7	16,7	24,2
	De acuerdo	18	27,3	27,3	51,5
	Totalmente de acuerdo	32	48,5	48,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 49 se aprecia que el 48,5 % de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la presencia de turistas internacionales ha incrementado considerablemente en su empresa en los últimos años, mientras que el 27,3 % manifestó estar de acuerdo, sumando así un 75,8 % de respuestas positivas acumuladas. Por otro lado, el 16,7 % indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y solo el 7,6 % expresó su desacuerdo. Estos resultados indican que la mayoría de los empresarios perciben un aumento notable de turistas extranjeros, lo cual evidencia una tendencia favorable en la demanda internacional dentro del sector turístico local.

Tabla 50. *Los turistas internacionales valoran los servicios de mi empresa debido a la oferta turística del Cercado del Cusco.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	6,1	6,1	6,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	16,7	16,7	22,7
	De acuerdo	26	39,4	39,4	62,1
	Totalmente de acuerdo	25	37,9	37,9	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 50 se aprecia que el 37,9 % de los encuestados está totalmente de acuerdo en que los turistas internacionales valoran los servicios de su empresa debido a la oferta turística del Cercado del Cusco, mientras que un 39,4 % se muestra de acuerdo, acumulando así un 62,1 % de opiniones favorables. Un 16,7 % manifestó una postura neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y solo un 6,1 % expresó su desacuerdo. Estos datos indican que una mayoría significativa de las empresas reconoce que la riqueza turística de la zona influye positivamente en la percepción y valoración que tienen los turistas internacionales sobre sus servicios.

Tabla 51. *El crecimiento del turismo ha aumentado la demanda de servicios entre los turistas nacionales en mi empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	4	6,1	6,1	7,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	27,3	27,3	34,8
	De acuerdo	29	43,9	43,9	78,8
	Totalmente de acuerdo	14	21,2	21,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 51 se aprecia que el 43,9 % de los encuestados está de acuerdo en que el crecimiento del turismo ha incrementado la demanda de servicios entre los turistas nacionales en su empresa, y un 21,2 % está totalmente de acuerdo, sumando un 65,1 % de percepciones positivas. Asimismo, un 27,3 % manifiesta una postura de neutralidad (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que un 6,1 % está en desacuerdo y solo un 1,5 % totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que una mayoría considerable de los empresarios percibe un impacto favorable del turismo en la demanda de servicios por parte del mercado nacional.

Tabla 52. *Empleos Directos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	1,5	1,5	1,5
	Regular	16	24,2	24,2	25,8
	Alto	37	56,1	56,1	81,8
	Muy alto	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 52 se aprecia que el 56,1 % de los encuestados considera que el nivel de empleos directos generados por el turismo en su empresa es alto, seguido por un 18,2 % que lo califica como muy alto, lo que representa un 74,3 % de percepciones positivas acumuladas. Por otro lado, un 24,2 % opina que el impacto es regular y solo un 1,5 % lo considera bajo. Estos datos indican que una clara mayoría de los establecimientos hoteleros de tres estrellas perciben que el turismo ha tenido una influencia significativa en la creación de empleo directo, reforzando su rol como motor dinamizador del mercado laboral local.

Tabla 53. Empleos Indirectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	6,1	6,1	6,1
	Regular	10	15,2	15,2	21,2
	Alto	37	56,1	56,1	77,3
	Muy alto	15	22,7	22,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 53 se aprecia que el 56,1 % de los hoteles de tres estrellas encuestados consideran que el nivel de empleos indirectos generados por el turismo es alto, mientras que un 22,7 % lo califica como muy alto, sumando así un 78,8 % de percepciones positivas acumuladas respecto al impacto del turismo en este tipo de empleo. En contraste, un 15,2 % lo califica como regular y solo un 6,1 % como bajo. Este análisis indica que la gran mayoría de los establecimientos reconoce que el turismo ha sido un motor clave en la generación de oportunidades laborales indirectas, como servicios de transporte, alimentación, guiado turístico, limpieza o mantenimiento, contribuyendo de manera sustancial a la dinamización del tejido económico local.

Tabla 54. Empleos Temporales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	3,0	3,0	3,0
	Regular	22	33,3	33,3	36,4
	Alto	31	47,0	47,0	83,3
	Muy alto	11	16,7	16,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 54 se aprecia que el 47,0 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco califican como alto el nivel de empleos temporales generados por el turismo, mientras que un 16,7 % lo considera muy alto, sumando un 63,7 % de respuestas favorables en conjunto. Asimismo, un 33,3 % indica un nivel regular y solo un 3,0 % lo considera bajo. Este análisis indica que la mayoría de los establecimientos reconoce que el turismo, especialmente en temporadas altas, tiene un efecto significativo en la contratación temporal, permitiendo una adaptación flexible a la demanda y aportando ingresos adicionales a trabajadores eventuales.

Tabla 55. Utilidad Bruta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	7,6	7,6	7,6
	Regular	15	22,7	22,7	30,3
	Alto	29	43,9	43,9	74,2
	Muy alto	17	25,8	25,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 55 se aprecia que el 43,9 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco califican su utilidad bruta como alta, seguido de un 25,8 % que la considera muy alta, lo que representa un 69,7 % del total con percepciones positivas. Por otro lado, un 22,7 % señala una utilidad regular y solo un 7,6 % manifiesta una utilidad baja. Este resultado indica que la mayoría de los establecimientos ha logrado niveles favorables de rentabilidad bruta, lo que puede estar estrechamente vinculado con el incremento sostenido del turismo, permitiéndoles cubrir costos operativos y obtener márgenes financieros sólidos durante el periodo analizado.

Tabla 56. Dimensión Social

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	6,1	6,1	6,1
	Regular	15	22,7	22,7	28,8
	Alto	37	56,1	56,1	84,8
	Muy alto	10	15,2	15,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 56 se aprecia que el 56,1 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco califican como alta la dimensión social vinculada al impacto del turismo, mientras que un 15,2 % la considera muy alta, sumando así un 71,3 % de percepciones favorables. Un 22,7 % la valora como regular y apenas un 6,1 % la califica como baja. Este comportamiento acumulado indica que la mayoría de los establecimientos reconoce una relación positiva del turismo en aspectos sociales, como la mejora en las condiciones de vida, oportunidades laborales o inclusión de proveedores locales, reflejando un impacto significativo del turismo en el entorno humano de sus operaciones.

Tabla 57. Utilidad Neta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	6,1	6,1	6,1
	Regular	13	19,7	19,7	25,8
	Alto	32	48,5	48,5	74,2
	Muy alto	17	25,8	25,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 57 se aprecia que el 48,5 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco considera que su utilidad neta es alta y un 25,8 % la califica como muy alta, lo que acumula un 74,3 % de respuestas positivas respecto al impacto del turismo en esta dimensión económica. Por otro lado, un 19,7 % señala que su utilidad neta es regular y solo un 6,1 % la califica como baja. Este comportamiento acumulado indica que una amplia mayoría de los establecimientos ha experimentado un fortalecimiento en sus ganancias netas, lo cual refleja un efecto positivo del desarrollo turístico en la rentabilidad general del sector hotelero local.

Tabla 58. Dimensión Económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	7,6	7,6	7,6
	Regular	14	21,2	21,2	28,8
	Alto	34	51,5	51,5	80,3
	Muy alto	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 58 se aprecia que el 51,5 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco percibe un impacto alto en la dimensión económica como resultado del turismo, mientras que un 19,7 % lo califica como muy alto, sumando un 71,2 % de respuestas que evidencian una percepción positiva generalizada. En contraste, un 21,2 % considera que dicho impacto ha sido regular y solo un 7,6 % lo percibe como bajo. Este comportamiento acumulado indica que más de tres cuartas partes del sector hotelero valora que el turismo ha fortalecido de manera significativa sus indicadores económicos, reflejando una mejora en sus ingresos, rentabilidad y sostenibilidad financiera.

Tabla 59. *Variable Generación de Empleo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	6,1	6,1	6,1
	Regular	18	27,3	27,3	33,3
	Alto	35	53,0	53,0	86,4
	Muy alto	9	13,6	13,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 59 se aprecia que el 53,0 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco considera que la generación de empleo vinculada al turismo ha sido alta, mientras que un 13,6 % la califica como muy alta, sumando un 66,6 % que reconoce un impacto positivo considerable en esta variable. Por otro lado, el 27,3 % opina que el efecto ha sido regular y solo un 6,1 % lo considera bajo. Este comportamiento acumulado indica que más de dos tercios del sector reconoce que el crecimiento del turismo ha favorecido significativamente la contratación de personal, reforzando el rol del turismo como dinamizador del empleo local.

Tabla 60. Ocio y Recreación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bajo	1	1,5	1,5	1,5
	Bajo	9	13,6	13,6	15,2
	Regular	21	31,8	31,8	47,0
	Alto	28	42,4	42,4	89,4
	Muy alto	7	10,6	10,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 60 se aprecia que el 42,4 % de los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco considera que el turismo vinculado al ocio y la recreación tiene un nivel alto de impacto en su actividad, mientras que un 10,6 % lo califica como muy alto, alcanzando un 53,0 % en conjunto. A su vez, un 31,8 % opina que dicho impacto es regular, mientras que el 13,6 % lo califica como bajo y apenas el 1,5 % como muy bajo. Este comportamiento acumulado indica que más de la mitad del sector reconoce que el turismo por ocio y recreación representa una influencia importante en la demanda de sus servicios, aunque aún existen empresas que perciben este segmento con menor relevancia.

Tabla 61. Turismo Cultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	4,5	4,5	4,5
	Regular	5	7,6	7,6	12,1
	Alto	35	53,0	53,0	65,2
	Muy alto	23	34,8	34,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 61 se aprecia que el 53,0 % de los hoteles de tres estrellas considera que el turismo cultural tiene un impacto alto en su actividad económica, mientras que un 34,8 % lo valora como muy alto, acumulando así un 87,8 % de percepciones positivas en torno a esta modalidad turística. Solo un 7,6 % lo califica como regular y un 4,5 % como bajo. Este resultado indica que el turismo cultural es ampliamente reconocido como un factor clave en la dinamización de la demanda hotelera, consolidándose como uno de los principales motores del sector en la ciudad.

Tabla 62. *Turismo de Aventura*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bajo	1	1,5	1,5	1,5
	Bajo	9	13,6	13,6	15,2
	Regular	12	18,2	18,2	33,3
	Alto	37	56,1	56,1	89,4
	Muy alto	7	10,6	10,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 62 se aprecia que el 56,1 % de los establecimientos hoteleros de tres estrellas considera que el turismo de aventura tiene un impacto alto en su actividad, seguido por un 10,6 % que lo califica como muy alto, lo que representa un acumulado del 66,7 % de valoraciones positivas. Por otro lado, el 18,2 % lo percibe como regular, el 13,6 % como bajo y apenas un 1,5 % lo identifica como muy bajo. Estos datos indican que, si bien existe una proporción significativa que reconoce la importancia del turismo de aventura, aún hay una parte considerable de hoteles que lo perciben con menor relevancia en comparación con otras modalidades turísticas.

Tabla 63. *Turismo de naturaleza*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	8	12,1	12,1	12,1
	Regular	11	16,7	16,7	28,8
	Alto	35	53,0	53,0	81,8
	Muy alto	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 63 se aprecia que el 53,0 % de los hoteles de tres estrellas encuestados califica el impacto del turismo de naturaleza como alto, mientras que un 18,2 % lo considera muy alto, acumulando así un 71,2 % de opiniones favorables hacia esta modalidad. Asimismo, un 16,7 % lo percibe como regular y solo un 12,1 % lo ubica en la categoría baja. Este panorama indica que una amplia mayoría reconoce el turismo de naturaleza como una fuente significativa de influencia en su actividad económica, lo que refuerza su valor dentro de la oferta turística diversificada del Cusco.

Tabla 64. *Atractivos turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	9,1	9,1	9,1
	Regular	13	19,7	19,7	28,8
	Alto	37	56,1	56,1	84,8
	Muy alto	10	15,2	15,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 64 se aprecia que el 56,1 % de los establecimientos de hospedaje de tres estrellas considera que los atractivos turísticos tienen un impacto alto en sus operaciones, seguido de un 15,2 % que los califica como de impacto muy alto, sumando un 71,3 % de percepción positiva acumulada. En contraste, un 19,7 % los valora como de impacto regular y solo un 9,1 % como bajo. Este escenario indica que la mayoría de estos negocios reconoce el rol decisivo que desempeñan los atractivos turísticos en la atracción de visitantes y, por ende, en el dinamismo económico de sus servicios.

Tabla 65. Alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	1,5	1,5	1,5
	Regular	10	15,2	15,2	16,7
	Alto	27	40,9	40,9	57,6
	Muy alto	28	42,4	42,4	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 65 se aprecia que el 42,4 % de los establecimientos de hospedaje de tres estrellas califica el servicio de alojamiento como de nivel muy alto, mientras que un 40,9 % lo valora como alto, sumando así un 83,3 % de percepción positiva acumulada. En menor proporción, un 15,2 % considera que el nivel es regular y solo un 1,5 % lo percibe como bajo. Esta distribución indica que existe una apreciación mayoritaria favorable sobre la calidad del servicio de alojamiento ofrecido, lo que puede reflejar mejoras en la atención al cliente, infraestructura o estándares de operación, como parte de los efectos positivos del turismo en la competitividad del sector.

Tabla 66. *Oferta de servicios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	6,1	6,1	6,1
	Regular	18	27,3	27,3	33,3
	Alto	28	42,4	42,4	75,8
	Muy alto	16	24,2	24,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 66 se aprecia que el 42,4 % de los establecimientos considera que la oferta de servicios turísticos es alta, seguido de un 24,2 % que la califica como muy alta, sumando un 66,6 % de percepción favorable acumulada. Por otro lado, un 27,3 % opina que la oferta es regular y apenas un 6,1 % la percibe como baja. Esta tendencia indica que una mayoría significativa valora positivamente la diversidad y calidad de los servicios turísticos disponibles, lo cual puede estar relacionado con la creciente demanda turística y los esfuerzos de las empresas por diversificar y profesionalizar sus ofertas en el sector.

Tabla 67. *Demanda internacional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	6,1	6,1	6,1
	Regular	8	12,1	12,1	18,2
	Alto	28	42,4	42,4	60,6
	Muy alto	26	39,4	39,4	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 67 se aprecia que el 42,4 % de los establecimientos indica que la demanda internacional es alta, mientras que el 39,4 % la considera muy alta, acumulando un 81,8 % de percepciones favorables. En contraste, un 12,1 % opina que es regular y solo un 6,1 % la percibe como baja. Este panorama evidencia que la mayoría de las empresas reconoce una fuerte presencia de turistas internacionales, lo cual refleja la consolidación del Cercado del Cusco como un destino atractivo en el mercado global, y sugiere una dependencia significativa del turismo extranjero para el dinamismo económico del sector.

Tabla 68. *Demanda Nacional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	7,6	7,6	7,6
	Regular	14	21,2	21,2	28,8
	Alto	34	51,5	51,5	80,3
	Muy alto	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 68 se aprecia que el 51,5 % de los encuestados considera que la demanda nacional es alta y el 19,7 % la califica como muy alta, lo que suma un 71,2 % de percepción positiva sobre el flujo turístico interno. Por otro lado, un 21,2 % la evalúa como regular y solo un 7,6 % como baja. Estos resultados indican que el turismo nacional representa una fuente importante de demanda para las empresas del sector, reforzando su rol en la sostenibilidad del mercado turístico local y evidenciando su aporte al crecimiento económico regional.

Tabla 69. *Demanda de servicios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	7,6	7,6	7,6
	Regular	12	18,2	18,2	25,8
	Alto	37	56,1	56,1	81,8
	Muy alto	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 69 se aprecia que el 56,1 % de los encuestados percibe que la demanda de servicios turísticos es alta y un 18,2 % la considera muy alta, sumando un total de 74,3 % con una valoración positiva. En contraste, el 18,2 % la califica como regular y solo un 7,6 % como baja. Estos resultados indican que existe una demanda sostenida y significativa por los servicios turísticos, lo que refleja un entorno favorable para la actividad empresarial vinculada al turismo y subraya la importancia de seguir fortaleciendo la oferta y calidad del servicio en este sector.

Tabla 70. *Turismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	9,1	9,1	9,1
	Regular	13	19,7	19,7	28,8
	Alto	36	54,5	54,5	83,3
	Muy alto	11	16,7	16,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 70 se aprecia que el 54,5 % de los encuestados califica al turismo como alto y un 16,7 % como muy alto, lo que representa un 71,2 % de percepción favorable respecto a su impacto. Un 19,7 % lo considera regular y solo un 9,1 % lo percibe como bajo. Estos datos indican que la mayoría de las empresas encuestadas reconocen un papel destacado del turismo en su actividad económica, lo que reafirma su relevancia como motor de crecimiento y generador de oportunidades dentro del Cercado del Cusco.

4.2.Resultado por Objetivos

Tabla 71. Pruebas de normalidad

		Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Variable	Generación de,296	66		,000	,847	66	,000
Empleo							
Dimensión Social	,308	66		,000	,838	66	,000
Dimensión económica	,273	66		,000	,853	66	,000
Turismo	,361	66		,000	,773	66	,000
Atractivos turísticos	,329	66		,000	,796	66	,000
Oferta de servicios,258		66		,000	,828	66	,000
turísticos							
Demanda de servicios,304		66		,000	,807	66	,000
turísticos							

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 71 se aprecia que todas las variables y dimensiones presentan un valor de significancia menor a 0.05 en la prueba de Kolmogórov-Smirnov, lo que indica que ninguna de ellas sigue una distribución normal. En consecuencia, para el análisis de relaciones entre variables, se deberá emplear pruebas no paramétricas, como la correlación de Spearman, en lugar de pruebas paramétricas como Pearson, que requieren normalidad.

Con respecto al objetivo General

- Determinar de qué manera el turismo se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

Hipótesis General

- Existe una relación positiva y significativa entre el turismo y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

Tabla 72. *Objetivo General*

			Variable Generación de Empleo		Turismo
Rho de Spearman	Variable Empleo	de	Coeficiente	de	,721**
			correlación		
			Sig. (bilateral)	.	,000
	Turismo	N		66	66
			Coeficiente	de	,721**
			correlación		1,000
			Sig. (bilateral)	,000	.
		N		66	66

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 72 se aprecia que existe una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre las variables turismo y generación de empleo en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco, siendo el coeficiente de correlación Rho de Spearman igual a 0,721, con una significancia bilateral de 0,000, inferior al valor crítico de 0,05. Este resultado implica que un incremento en la actividad turística se relaciona directamente con una mayor generación de puestos de trabajo en este sector hotelero, lo que permite confirmar la hipótesis general planteada en la

investigación, según la cual existe una relación positiva y significativa entre el turismo y la generación del empleo en dicha zona turística durante el año 2023.

Con respecto al Objetivo específico 01

- Determinar de qué manera los atractivos turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

Hipótesis Específica 1

- Existe una relación positiva y significativa entre los atractivos turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

Tabla 73. *Objetivo específico 01*

		Variable	
		Generación de Empleo	Atractivos turísticos
Rho de Spearman	Variable Generación de Empleo	de 1,000	,701**
	Coefficiente correlación	.	,000
	Sig. (bilateral)	66	66
	Atractivos turísticos	de ,701**	1,000
	Coefficiente correlación	,000	.
	Sig. (bilateral)	66	66
N		66	66

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 73 se aprecia que existe una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre los atractivos turísticos y la generación de empleo en el Cercado del Cusco, obteniendo un coeficiente de correlación Rho de Spearman igual a 0,701 con una significancia bilateral de 0,000, valor inferior al nivel crítico de 0,05. Este resultado indica que una mayor presencia o valorización de los atractivos turísticos está directamente relacionada con un

incremento en la generación de empleos en el sector hotelero estudiado, lo cual permite confirmar la hipótesis específica planteada en la investigación, estableciendo que existe una relación positiva y significativa entre los atractivos turísticos y la generación del empleo en dicha zona turística durante el año 2023.

Con respecto al Objetivo específico 02

- Determinar de qué manera la oferta de servicios turísticos se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

Hipótesis Específica 2

- Existe una relación positiva y significativa entre la oferta de servicios turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023.

Tabla 74. *Objetivo específico 02*

		Variable	Oferta de
		Generación	servicios
		de Empleo	turísticos
Rho de Spearman	Variable Generación de Empleo	Coefficiente correlación	de 1,000
		Sig. (bilateral)	,618**
		N	,000
			66
	Oferta de servicios turísticos	Coefficiente correlación	de ,618**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000
			66

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 74 se aprecia que existe una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre la oferta de servicios turísticos y la generación de empleo en el Cercado del Cusco, registrándose un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,618 y una significancia bilateral

de 0,000, valor inferior al nivel crítico de 0,05. Este resultado indica que un aumento o mejora en la oferta de servicios turísticos tiene una relación directa con la generación de empleo en los hoteles estudiados, lo cual permite confirmar la hipótesis específica planteada, señalando que existe una relación positiva y significativa entre la oferta de servicios turísticos y la generación de empleo en dicha área durante el año 2023.

Con respecto al Objetivo específico 03

- Determinar de qué manera la demanda de servicios turísticos se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

Hipótesis Específica 3

- Existe una relación positiva y significativa entre la demanda de servicios turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023

Tabla 75. *Objetivo específico 03*

Rho Spearman	de	Variable Generación Empleo	de	Coeficiente correlación	de	Variable Generación de Empleo	Demanda de servicios turísticos
						1,000	,770**
				Sig. (bilateral)		.	,000
				N		66	66
		Demanda de servicios turísticos	de	Coeficiente correlación	de	,770**	1,000
				Sig. (bilateral)		,000	.
				N		66	66

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 75 se aprecia que existe una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre la demanda de servicios turísticos y la generación de empleo en el Cercado del Cusco, mostrando un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,770 con una significancia

bilateral de 0,000, cifra que se ubica por debajo del nivel crítico de 0,05. Este resultado indica claramente que el incremento en la demanda de servicios turísticos tiene una relación directa con el aumento en la generación de empleo en el sector hotelero analizado, confirmando así la hipótesis específica planteada en la investigación, según la cual existe una relación positiva y significativa entre la demanda de servicios turísticos y la generación del empleo en dicha área durante el año 2023.

Discusión de resultados

A partir de los resultados arribados en la presente investigación, donde cuyo objetivo principal fue determinar cómo el turismo se relaciona con la generación del empleo en los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco durante el 2023. Se concluyó que el turismo tiene una relación positiva y estadísticamente significativa sobre el empleo generado en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco, reflejada por un coeficiente de correlación de Spearman de 0.721 ($p=0.000$). Esto muestra que, al incrementarse la actividad turística, se fortalecen las oportunidades laborales locales, situación respaldada por la percepción positiva del 72.1% de los encuestados sobre la relevancia del turismo y del 67.5% respecto a la creación efectiva de empleos.

Estos resultados se contrastan con la investigación realizada por Rosales (2021), titulada “Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en Ecuador durante el periodo 2007-2018”, cuyo objetivo fue determinar la causalidad entre el crecimiento económico y el turismo receptivo. El estudio reveló una relación unidireccional positiva, concluyendo que el crecimiento económico nacional impulsa la llegada de turistas y, en consecuencia, genera empleo. Este resultado evidencia una interacción complementaria entre la actividad turística y el mercado laboral, semejante al escenario observado en Cusco, confirmando que cuando el turismo crece de

forma planificada genera efectos positivos en la economía local, particularmente en el ámbito del empleo.

Asimismo, Jiménez y Parra (2019), en la investigación “El turismo como motor de la economía colombiana”, tuvieron como objetivo identificar oportunidades específicas en política pública, infraestructura y tecnología para convertir al turismo en un motor económico nacional. Concluyeron que Colombia puede generar empleos sostenibles a través del turismo, siempre y cuando se apoye con estabilidad económica y promoción tecnológica. Este análisis refuerza la conclusión obtenida en el Cercado del Cusco, donde la inversión estratégica en turismo ha demostrado ser clave para generar empleo estable y mejorar el bienestar económico local, resaltando la importancia de políticas públicas sólidas para sostener este crecimiento.

Por otro lado, con respecto al primer objetivo específico fue determinar de que manera los atractivos turísticos se relacionan con la generación del empleo en los hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco durante el año 2023. Los resultados señalaron una relación positiva y significativa con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.701 ($p=0.000$). En concreto, el 71.3% de los encuestados reconoció una fuerte influencia de estos atractivos sobre la generación de empleos en sectores como alojamiento, artesanía y comercio.

Estos resultados coinciden con la investigación de Chanzapa (2023), titulada “Factores turísticos determinantes en el crecimiento económico de la región Ancash, 2005-2019”, cuyo objetivo fue identificar qué factores específicos relacionados con el turismo influían de manera determinante en el crecimiento económico regional. Su conclusión subrayó la importancia crucial de la llegada de turistas extranjeros como factor determinante en la activación económica regional y generación de empleo. Este resultado indica, al igual que en el Cercado del Cusco, que la valorización y

promoción de atractivos turísticos impacta directamente en la economía local, estimulando empleos directos e indirectos que dependen de dicho flujo turístico.

En la misma línea, González et al. (2023), en su investigación “El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico”, plantearon como objetivo analizar cómo el turismo receptivo contribuye al crecimiento económico y desarrollo local. Concluyeron que existe una fuerte correlación entre el aprovechamiento sostenible de atractivos turísticos y el desarrollo económico local a largo plazo. Esta perspectiva es coincidente con los resultados obtenidos en Cusco, indicando que una adecuada gestión y conservación de los recursos turísticos impulsa significativamente la creación de empleo sostenible, posicionando a los atractivos turísticos como un elemento esencial en la planificación económica regional.

Por otra parte, con respecto al segundo objetivo específico planteado fue determinar de que manera la oferta de servicios turísticos se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco en el año 2023. Los resultados demostraron una relación positiva, significativa entre la oferta turística y la generación del empleo con un coeficiente de spearman de 0.618 y un $p = 0.000$. Además, el 66.6% valoró positivamente la calidad y amplitud de la oferta turística, permitiendo un aumento en la generación de empleos.

Estos resultados concuerdan con la investigación realizada por Reyes (2022), titulada “Ecoturismo y desarrollo sostenible en el distrito de Puyusca, Ayacucho”, que tuvo como objetivo determinar la relación entre ecoturismo y desarrollo sostenible en dimensiones económicas, sociales y culturales. La investigación concluyó que la diversificación y calidad de los servicios turísticos ofrecidos impactan significativamente en la generación de empleos sostenibles, fortaleciendo el desarrollo económico local. Este hallazgo coincide plenamente con la realidad observada en Cusco,

donde una oferta amplia y de calidad en servicios turísticos genera empleos directos e indirectos, reforzando la necesidad de políticas de diversificación y calidad turística.

De forma similar, Arce y Ñaupary (2019), en su estudio “El sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco”, tuvieron como objetivo analizar cómo la inversión pública y privada, junto a la planificación estratégica turística, inciden en el desarrollo turístico regional. La investigación indicó que la falta de inversión y planificación limitó significativamente el desarrollo turístico y la generación de empleos en Pasco. Esto contrasta con el escenario positivo observado en Cusco, destacando que la inversión estratégica y una planificación adecuada sí logran generar una oferta robusta que incrementa sustancialmente el empleo turístico.

Finalmente, el tercer objetivo específico fue determinar de qué manera la demanda de servicios turísticos se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el Cercado del Cusco durante 2023. Los resultados indicaron una relación significativa y positiva con un coeficiente de Spearman de 0.770 y un grado de significancia de ($p=0.000$). La demanda turística fue percibida como alta por el 74.3% de los encuestados, quienes también reconocieron que dicha demanda impulsa rápidamente nuevas contrataciones laborales.

Estos resultados se contrastan con Ramos (2023) en la investigación titulada “Turismo y crecimiento económico regional en Moquegua”, cuyo objetivo principal fue evaluar la relación entre la demanda turística (nacional e internacional) y el crecimiento económico regional. Ramos concluyó que existe una correlación significativa, pero principalmente con el turismo interno. Esto permite resaltar la situación ventajosa del Cercado del Cusco, donde la demanda, tanto nacional como internacional, juega un papel determinante en la generación de empleo turístico, evidenciando un entorno más favorable y diverso que Moquegua.

Además, los hallazgos coinciden con Borda y Yampi (2021) en su estudio “Impacto económico de la actividad turística en los hogares de la provincia de Canchis”, cuyo objetivo fue determinar cómo la demanda turística incidía directamente en el incremento de ingresos y generación de empleo. La investigación concluyó que la demanda turística estimuló notablemente la creación de empleo y aumento en horas laborales. Este resultado respalda firmemente la conclusión obtenida en Cusco, reforzando la idea de que incrementar la demanda turística mediante una promoción efectiva es esencial para consolidar el empleo en áreas con potencial turístico.

Conclusiones

A partir de los resultados alcanzados en la presente investigación se concluye:

1. Se concluye que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el turismo y la generación de empleo en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco durante el año 2023, respaldada por un coeficiente de correlación de Spearman de 0.721 y un nivel de significancia de $p = 0.000$. Esta asociación sugiere que, a mayor percepción del dinamismo turístico, se incrementa también la percepción sobre la disponibilidad de oportunidades laborales. En concreto, el 54.5 % de los encuestados valora el turismo en un nivel “alto” y el 16.7 % en “muy alto”, mientras que el 53.0 % percibe la creación de empleo como “alta” y el 13.6 % como “muy alta”. En conjunto, el 71.2 % atribuye un alto impacto al turismo y el 66.6 % percibe un efecto elevado sobre el empleo.
2. Se concluye que existe una relación positiva y fuerte entre la percepción sobre los atractivos turísticos, ya sean culturales, de aventura, de naturaleza u ocio, y la percepción de generación de empleo en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.701 y un nivel de significancia de $p = 0.000$. A nivel descriptivo, el 56.1 % de los encuestados considera que estos recursos tienen una influencia “alta” en la creación de empleos, y el 15.2 % la califica como “muy alta”, lo que representa un total de 71.3 % que percibe una relación elevada. Estos resultados sugieren que, desde la perspectiva de los informantes, la valorización y conservación de los atractivos turísticos guarda una estrecha asociación con la percepción de incremento en oportunidades laborales vinculadas al alojamiento, guías turísticos, artesanía, guianza y comercio.

3. Se concluye que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la percepción sobre la oferta de servicios turísticos y la percepción de generación de empleo en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco, respaldada por un coeficiente de correlación de Spearman de 0.618 y un nivel de significancia de $p = 0.000$. En términos descriptivos, el 42.4 % de los encuestados califica dicha oferta como “alta” y el 24.2 % como “muy alta”, sumando un 66.6 % que percibe una fuerte vinculación entre la oferta turística y la generación de oportunidades laborales. Estos resultados sugieren que una oferta turística ampliada y profesionalizada se asocia, en la percepción de los informantes, con un incremento en empleos tanto directos como en hotelería y gastronomía como indirectos relacionados con proveedores, mantenimiento y transporte.
4. Se concluye que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la percepción de la demanda de servicios turísticos —tanto internacional, nacional como local— y la percepción de generación de empleo en los hoteles de tres estrellas del Cercado del Cusco, respaldada por un coeficiente de correlación de Spearman de 0.770 y un nivel de significancia de $p = 0.000$. Según los datos descriptivos, el 56.1 % de los encuestados considera que la demanda turística es “alta” y el 18.2 % la percibe como “muy alta”, lo que representa un 74.3 % que asocia esta variable con una influencia elevada en la generación de empleo. Estos resultados sugieren que, desde la perspectiva de los informantes, un mayor flujo de visitantes estaría vinculado a un aumento en las oportunidades laborales en áreas como atención al cliente, operación y logística hotelera.

Recomendaciones

1. Se recomienda que la autoridad municipal, en coordinación con los gremios hoteleros y de turismo, elabore e implemente un Plan Sostenible de Desarrollo Turístico para los hoteles de tres estrellas, que incluya, en primer lugar, incentivos a la inversión privada a través de beneficios tributarios como la reducción temporal de arbitrios municipales para hoteles que instalen tecnologías de ahorro energético y agua, la creación de fondos concursables que financien proyectos de innovación en turismo sostenible, y la gestión de créditos verdes con tasas preferenciales para remodelaciones ecoeficientes; en segundo lugar, programas de capacitación laboral especializados, que contemplen talleres permanentes en atención al cliente, cursos de idiomas extranjeros para mejorar la comunicación con turistas internacionales, formación en gestión hotelera sostenible, así como alianzas estratégicas con universidades e institutos que permitan la incorporación de estudiantes mediante prácticas preprofesionales y programas de inserción juvenil; finalmente, la adopción de estándares de sostenibilidad que comprendan la implementación de una certificación local “Hotel Verde Cusco” como sello de calidad ambiental, la realización de auditorías anuales sobre consumo de energía, agua y manejo de residuos, y el impulso de la economía circular, incentivando que los hoteles prioricen la compra de alimentos, textiles y artesanías a productores locales, de modo que el crecimiento del turismo no solo genere empleo formal estable, sino que también fortalezca la competitividad hotelera y promueva un desarrollo económico sostenible y responsable en beneficio de la población cusqueña.
2. Se recomienda priorizar la conservación y diversificación de los atractivos culturales, de naturaleza y de aventura mediante proyectos de restauración, señalización interpretativa y creación de rutas temáticas; al tiempo, conviene involucrar a la población local en servicios

de guianza y artesanía, asegurando que el aumento del flujo de visitantes genere empleo directo y valor agregado dentro de la propia comunidad.

3. Se recomienda implementar un programa de certificación de calidad y financiamiento blando para los prestadores de alojamientos de 3 estrellas, con énfasis en innovación digital y atención al cliente; así, la expansión de la oferta mantendrá estándares altos, atraerá turistas de mayor gasto y multiplicará las oportunidades laborales, tanto en puestos operativos como en mandos medios.
4. Se recomienda fortalecer la promoción del destino Cusco en mercados internacionales, nacionales y locales mediante campañas segmentadas, alianzas con aerolíneas y paquetes multidesino que extiendan la estadía media; paralelamente, conviene mejorar la conectividad terrestre y digital para facilitar la reserva de servicios. Estas acciones sostendrán el aumento de la demanda y, en consecuencia, la creación continua de nuevos empleos en el sector turístico.

Bibliografía

- (OCDE), O. d. (2007). *Manual de OSLO, Directrices para la recogida e interpretación de información Relativa a innovación*. España: Elecé Industrias Grafica s.l.
- Aragón et al. (2021). *Turismo y empleo*. Ciudad de México: STYFE ICAT.
- Arce & Ñaupary. (2019). *El sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco 2010 – 2018*. Cerro de Pasco: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2024). *Glosario* . Lima: BCRP.
- BID. (2020). Panorama de la educación tributaria en América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 11-25.
- Borda & Yampi. (2021). *Impacto Económico de la Actividad Turística en los Hogares de la Provincia de Canchis, Período 2008-2019*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Carrasco & Torres. (2019). *El impacto del turismo rural comunitario en el desarrollo económico del centro poblado de Chacán, distrito de anta, provincia de anta, región Cusco 2014 – 2018*. Cusco: Universidad Andina del Cusco .
- Castillo Cabeza, S. N., & Castillo García, P. G. (2016). Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socioeducativa. *Ciencias de la educación*, 149-162.
- Ccahuana Huanaco, W. L. (2024). Analisis Del Turismo En El Departamento Del Cusco En El Periodo 2018 - 2023. *Universidad Nacional Intercultural de Quillabamba*.
- Chanzapa. (2023). *Factores turísticos determinantes en el crecimiento económico de la región Ancash, 2005 –2019*. Callao: Universidad Nacional del Callao.
- Chaves & Rodriguez. (2018). *Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE)*. Revista Ensayos Pedagógicos.

CICOTUR. (2020). *Las cadenas hoteleras pieza clave en el desarrollo turístico de Mexico*. MEXICO.

COMEXPERÚ. (2024). Desempeño y competitividad turística en el Perú resultados en 2023. *COMEXPERÚ*.

Condori & Flores. (2023). *Impactos económicos del turismo en proveedores de servicios turísticos a nivel mundial: una revisión sistemática*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.

Díaz Delgado, M. A. (2013). Técnicas e instrumentos de investigación. *Universidad de la Costa*, 15-59.

Dominguez & Flores. (2018). *El turismo y su incidencia en la generación de empleos en la ciudad de Huaraz*. Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.

Enríquez. (2015). *Empleo, Serie de Estudios Económicos*. Mexico: México DF: México.

Fayol, H. (1987). *Administración Industrial y General*. Argentina : Grafica Yanina.

García et al. (2024). *África en la globalidad Estudios sobre las realidades africanas en el siglo XXI*. Valladolid: Universidad de Valladolid.

GEM. (2022). Informe ejecutivo Perú. *Global Entrepreneurship Monitor*, 49-125.

Gonzales Diaz, J. E. (2014). *Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial* . Colombia : AGLALA ISSN 2215-7360 2014.

González et al. (2023). *El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico*. Guayaquil: Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento.

Granda De La Torre, M. K., & Jaen Tapia, M. S. (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. *Universidad Católica de Santa María*.

- Guilcapi. (2020). *Calidad y oferta de los servicios turísticos comunitarios Chakana Lodge parroquia San Juan, cantón Riobamba*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Hernandez et. al. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Infante. (2021). *Actividad Turística y Flujo Turístico del Distrito de Huanta, Provincia de Huanta, Región Ayacucho al 2019*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Jiménez & Parra. (2019). *El turismo como motor de la economía colombiana*. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing 8va. edición* . Mexico: Pearson Educación .
- Lujan. (2023). *Recursos turísticos para promover el turismo en la provincia de Sullana-Perú*. Revista de Ciencias Sociales.
- MEF. (02 de julio de 2024). Obtenido de https://www.mef.gob.pe/es/?id=3262%&I=&option=com_content&language=es-ES&view=article&lang=es-ES
- MINCETUR. (21 de Abril de 2024). *Directorio de MINCETUR*. Obtenido de <https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/directoriodeserviciosturisticos/DirPrestadores/DirBusquedaPrincipal>
- Naranjo & Martínez. (2022). *LA OFERTA TURÍSTICA: PRECISIONES TEÓRICAS PARA SU ANÁLISIS* . Maracaibo, Venezuela: Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt.
- Navarro. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación Y valoración*. Murcia: Universidad del Aconcagua. Argentina.
- Navarro. (2024). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo.

- OIT. (2017). *La Formalización de las Empresas*. Ginebra: ILO Organización Internacional de Trabajo.
- Otero. (2018). *Enfoques de investigación*. Colombia: Researchgate.
- Peña. (2020). *Ventajas y desventajas del turismo*. SCRIBD.
- Pinedo. (2022). *Relación entre el empleo y las exportaciones de bienes de la región Loreto, periodo 2015-2019*. Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Quero. (2010). *Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach*. Venezuela: Telos.
- Ramos. (2023). *Turismo y crecimiento económico regional: 2011 – 2019, Moquegua 2022*. Moquegua: Universidad José Carlos Mariátegui.
- Reinoso, A. G., García, J. G., Quintana, M. F., & del Salto, D. S. (2025). Turismo y empleo en Ecuador: Una evaluación del impacto en el mercado laboral. *Dominio de las Ciencias*.
- Reyes. (2022). *Ecoturismo y desarrollo sostenible en el distrito de Puyusca, Provincia de Parinacochas, Departamento de Ayacucho – 2020*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Rodríguez. (2021). *Generación de Empleo en los Modelos Asociativos del Municipio del Espinal, Tolima: Impacto Social y Acceso a Bienes y Servicios*. Colombia: Universidad Piloto de Colombia.
- Rosales. (2021). *Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el periodo 2007-2018*. Ecuador: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Ruiz Yenque, D. A. (2015). La actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colan y Mancora en el periodo 2005-2013. *Universidad San Martín de Porres*.

- Tarragó Sabate, J. (1986). *Fundamentos de economía de la empresa*. España: Barcelona: F.
- Tarragó, D.L. 1986.
- Ttupa. (2021). *Análisis de la promoción turística en el distrito de Santa Ana, provincia de la Convención, Cusco – 2021*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2022). *Generación de Empleo: Impulso para el Desarrollo Económico y Social en Honduras*. Honduras: Boletín Oficial de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- Valderrama. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Vélez et al. (2023). *La importancia del flujo de turistas y sus efectos en el desarrollo sostenible*. Sao Paulo: Revista de Gestao e Secretariado.
- Vélez, M. F., Sánchez, J. C., & Uribe, D. F. (2020). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Revisión sistemática de alcance de la producción científica. *Universitas Psychologica*, 451-469.
- Zubizarreta. (2019). *Análisis del Gasto Medio de los Turistas en España: Impacto Económico y Patrones de Gasto*. Vasco: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	MÉTODO E INSTRUMENTOS
Problema General ¿De qué manera el turismo se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023?	Objetivo General Determinar de qué manera el turismo se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023.	Hipótesis General Existe una relación positiva y significativa entre el turismo y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023	Variable 1 Generación de empleo Dimensiones Social • Empleos directos • Empleos indirectos • Empleos temporales. Económico • Utilidad bruta • Utilidad neta	Tipo: Descriptivo - Correlacional Diseño: No experimental y de corte transversal Enfoque: Cuantitativo Muestra: 66 hoteles de tres estrellas
Problemas Específicos ¿De qué manera los atractivos turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023? ¿De qué manera la oferta de servicios turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023? ¿De qué manera la demanda de servicios turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023?	Objetivos Específicos Determinar de qué manera los atractivos turísticos se relacionan con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023 Determinar de qué manera la oferta de servicios turísticos se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023 Determinan de qué manera la demanda de servicios turísticos se relaciona con la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023	Hipótesis Específicos Existe una relación positiva y significativa entre los atractivos turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023 Existe una relación positiva y significativa entre la oferta de servicios turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023 Existe una relación positiva y significativa entre la demanda de servicios turísticos y la generación del empleo: caso hoteles de tres estrellas en el cercado del Cusco, 2023.	Variable 2 Turismo Dimensiones Atractivos turísticos • Ocio y recreaciones • cultural • Aventura • turismo de naturaleza o ecoturismo • Otros atractivos. Oferta turística • Servicio de Alojamiento Demanda Turística • Internacional • Nacional • Local	Técnica: Encuesta y Entrevista Instrumento: Cuestionario y guía de entrevista



CUESTIONARIO

El presente cuestionario, es un instrumento que permitirá recolectar información para la presente investigación titulada: "EL TURISMO Y SU INFLUENCIA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO: CASO HOTELES DE TRES ESTRELLAS EN EL CERCADO DE CUSCO, 2023", para lo cual se pone a su conocimiento que dicho conocimiento solo será para fines académicos, motivo por el cual se suplica ser transparentes al momento de responder.

Instrucciones

Lea con atención el presente cuestionario y responda con honestidad, puesto que no hay respuesta mejor que otra, cada uno tiene sus propias opiniones y forma de pensar. No emplees mucho tiempo, trata de contestar de forma espontánea. El presente cuestionario será medido a través de la escala de Likert para ambas variables de estudio, teniendo a 1 como el grado de valoración más bajo y a 5 como el grado de valoración más alta.

DATOS GENERALES

Pregunta N° 01: Nombre de la empresa o razón social:

.....

Pregunta N° 02: Años de constitución de la empresa

- a) Menores a 3 años
- b) De 3 años a 5 años
- c) De 5 años a 10 años
- d) De 10 años a 20 años



e) Mayores a 20 años

Pregunta N° 03 ¿Qué tipo de empresa es, según el tamaño de empresa?

- a) Persona natural
- b) Microempresa
- c) Pequeña empresa
- d) Mediana empresa

Pregunta N° 04 Ingresos totales mensuales

- a) Menor a los 5000 soles
- b) Entre 5000 soles y 10 000 soles
- c) Entre 10 000 soles y 25 000 soles
- d) Entre 25 000 soles y 50 000 soles
- e) Superiores a los 50 000 soles

Pregunta N° 05 ¿Qué canales de comercialización generan sus principales ingresos?

- a) Ventas directas
- b) Ventas en línea
- c) Ventas corporativas o convenios
- d) Venta por intermediarios
- e) Otros.....

Variable 01: Generación de Empleo

Dimensión 01: Social

1. ¿Cuántos empleos directos ha generado su empresa en el último año gracias al turismo?
 - a) Menos de 10
 - b) De 10 a 20
 - c) De 20 a 30
 - d) De 30 a 50
 - e) Mayores a 50



2. ¿Cuántos trabajadores de su personal está contratado de manera permanente?
 - a) Menos de 10
 - b) De 10 a 20
 - c) De 20 a 30
 - d) De 30 a 50
 - e) Mayores a 50
3. ¿Cuántos empleos indirectos (proveedores, transportistas, etc.) ha generado su empresa en el último año?
 - a) Menos de 10
 - b) De 10 a 20
 - c) De 20 a 30
 - d) De 30 a 50
 - e) Mayores a 50
4. ¿Qué porcentaje de los empleos indirectos dependen directamente del turismo?
 - a) Menos del 30%
 - b) Del 30%-50%
 - c) Del 50%-80%
 - d) Mas del 100%
5. ¿Cuántos de sus empleados temporales trabajan en función de la demanda turística?
 - a) Menos de 3
 - b) De 3 a 5
 - c) De 6 a 8
 - d) De 9 a 10
 - e) Mayores a 10
6. ¿Cuántos de sus empleados son temporales en temporadas altas de turismo?
 - a) Menos de 5
 - b) De 5 a 10
 - c) De 10 a 20



- d) De 20 a 30
- e) Mayores a 30

Dimensión 02: Económica

7. ¿Qué porcentaje de su utilidad bruta depende de los ingresos generados por el turismo nacional?
 - a) Menos del 20%
 - b) 20%-50%
 - c) Más del 50%
8. ¿Qué porcentaje de su utilidad bruta depende de los ingresos generados por el turismo internacional?
 - a) Menos del 20%
 - b) 20%-50%
 - c) Más del 50%
9. ¿Cómo ha variado la utilidad bruta en los últimos 2 años debido al turismo?
 - a) Ha disminuido
 - b) Se ha mantenido estable
 - c) Ha aumentado
10. ¿Qué porcentaje de la utilidad neta de su empresa proviene de actividades turísticas?
 - a) Menos del 30%
 - b) 30%-60%
 - c) Más del 60%
11. ¿Cómo ha afectado el crecimiento del turismo a la utilidad neta de su empresa en los últimos años?
 - a) Ha disminuido
 - b) Se ha mantenido estable
 - c) Ha aumentado

Variable 02: Turismo

Dimensión 01: Atractivos turísticos



12. ¿Cuál es el motivo o razón por la visita de sus clientes?

- a) Ocio y recreaciones
- b) Cultural
- c) Aventura
- d) turismo de naturaleza o ecoturismo
- e) Otros atractivos

13. ¿Cuál de los motivos considera usted que ha aumentado su demanda en los últimos 2 años?

- a) Ocio y recreaciones
- b) Cultural
- c) Aventura
- d) turismo de naturaleza o ecoturismo
- e) Otros atractivos

Dimensión 02: Oferta de servicios turísticos

14. ¿Cómo considera Ud. que es el servicio de alojamiento que brinda la ciudad del Cusco?

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

15. ¿Cómo considera Ud. que es el servicio de alojamiento ha variado en los últimos 2 años en la ciudad del Cusco?

- a) Ha disminuido
- b) Se ha mantenido estable
- c) Ha aumentado

Dimensión 03: Demanda de servicios turísticos

16. ¿Qué porcentaje de sus clientes proviene del extranjero?



a) Menos del 20%

b) 20%-50%

c) Más del 50%

17. ¿Cómo ha cambiado la demanda internacional en su negocio en los últimos años?

a) Ha disminuido

b) Se ha mantenido estable

c) Ha aumentado

18. ¿De qué parte considera Ud. que provienen más sus clientes internacionales?

a) Europa

b) Asia

c) América

d) África

e) Oceanía

19. ¿Qué porcentaje de sus clientes provienen de otras regiones del Perú?

a) Menos del 20%

b) 20%-50%

c) Más del 50%

20. ¿De qué regiones considera Ud. que provienen más sus clientes nacionales?

.....

21. ¿Cómo ha cambiado la demanda nacional en su negocio en los últimos años?

a) Ha disminuido

b) Se ha mantenido estable

c) Ha aumentado



Para el siguiente cuestionario se utilizará la Escala Likert con la misma valoración para todas las preguntas, donde:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

				Escala Likert (1-5)				
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	1	2	3	4	5
Generación de Empleo	Social	Empleos Directos	1. El crecimiento del turismo en el Cercado del Cusco ha incrementado los empleos directos en mi empresa.					
			2. Los empleos directos generados por el turismo han mejorado las condiciones de vida de los empleados en mi empresa.					
		Empleos Indirectos	1. El turismo ha impulsado la generación de empleos indirectos (proveedores, transportistas) en mi empresa.					
			2. Los empleos indirectos vinculados al turismo han tenido un impacto positivo en la estabilidad económica de mi empresa.					
		Empleos Temporales	1. El turismo estacional ha generado una mayor demanda de empleos temporales en mi empresa.					
			2. La contratación temporal en mi empresa ha aumentado en función del crecimiento del turismo en el Cercado del Cusco.					



FACULTAD DE ECONOMÍA

Turismo	Económico	Utilidad Bruta	1. El incremento del turismo ha impactado positivamente en la utilidad bruta de mi empresa.				
			2. La utilidad bruta de mi empresa ha crecido proporcionalmente al aumento del flujo turístico en el Cercado del Cusco.				
		Utilidad Neta	1. El turismo ha incrementado significativamente la utilidad neta de mi empresa.				
			2. Las ganancias netas de mi empresa han mejorado debido al desarrollo turístico en la región.				
	Atractivos Turísticos	Ocio y Recreación	1. Los atractivos de ocio y recreación han diversificado la oferta turística de mi empresa.				
		Turismo Cultural	1. El turismo cultural es uno de los factores principales que atrae turistas hacia el Cercado del Cusco.				
		Turismo de Aventura	1. Los turistas que visitan el Cercado del Cusco tienen una alta demanda por servicios de turismo de aventura.				
		Turismo de Naturaleza	1. Los turistas valoran cada vez más las experiencias vinculadas al ecoturismo en mi empresa.				
	Oferta de Servicios Turísticos	Alojamiento	1. La formalización del turismo ha mejorado la calidad del servicio de alojamiento ofrecido por mi empresa.				
			2. La demanda de alojamiento en mi empresa ha crecido gracias al turismo en el Cercado del Cusco.				
	Demanda de Servicios Turísticos	Demanda Internacional	1. La presencia de turistas internacionales ha incrementado considerablemente en mi empresa en los últimos años.				



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ECONOMÍA



			2. Los turistas internacionales valoran los servicios de mi empresa debido a la oferta turística del Cercado del Cusco.					
		Demanda Nacional	1. El crecimiento del turismo ha aumentado la demanda de servicios entre los turistas nacionales en mi empresa.					